

E-BOOK - VERSÃO COMPLETA

“O Mercado de Eventos Associativos no Brasil”

RESULTADO DA PESQUISA

Rodrigo Cordeiro
Sergio Junqueira Arantes

Introdução

Atuamos num mercado totalmente apaixonante.

Associações, Sociedades e demais instituições sem fins lucrativas são movidas por causas, ideologias e reúnem o grande saber nos respectivos setores que atuam e representam.

É muito difícil identificar a quantidade de Associações e Sociedades existentes no Brasil e até mesmo no Mundo. Segundo dados do IBGE, publicados no ano de 2016, o Brasil tem 236.950 fundações privadas e associações sem fins lucrativas. Porém, dentre elas, temos escolas, hospitais, cartórios, condomínios, entidades religiosas, entre outras.

O olhar que trazemos para essa Pesquisa é entender o comportamento das associações e sociedades, assim como dos eventos que realizam, em diversas dimensões.

Os números e dados obtidos são muito ricos e trazem informações que servem de *benchmarking*.

A consolidação de qualquer mercado está diretamente relacionada aos números comprovados do setor, no momento da retomada econômica pós Coronavírus, estamos certos que os números aqui apresentados serão fundamentais para confirmarmos a relevância das entidades do terceiro setor.

Temos o compromisso de realizar essa Pesquisa anualmente para que possamos comparar e criar uma série histórica.

Os números devem nos guiar sempre, com eles identificamos comportamentos similares ou discrepantes que podem apontar caminhos e tendências.

Agradecimentos

OS AUTORES

Por toda mobilização, agradecemos à UNEDESTINOS e aos Conventions & Visitors Bureau que representam os seguintes destinos:

- › Balneário Camboriú
- › Brasília
- › Campo Grande
- › Curitiba
- › Espírito Santo
- › Florianópolis
- › Foz do Iguaçu
- › Itajaí
- › Joinville
- › Maceió
- › Maringá
- › Recife
- › Rio de Janeiro
- › Santos
- › São Paulo
- › Uberlândia

Pela criação das peças promocionais; site, cards e email marketings, agradecemos a NEOPIX DMI.

Pela cenografia, equipamentos, tecnologia e estúdio de onde fizemos o Lançamento voltado à associações e sociedades, agradecemos à EYE MOTION, VIVA CENOGRAFIA e THE SPACE.

Pela análise e construção de parte dos dados aqui publicados, ao Amigo Geovano Batista.

E em especial, à Amiga Vaniza Schuler por toda inspiração, dedicação e parceria.

RODRIGO CORDEIRO



Meus mais sinceros agradecimentos ao meu Pai, Fernando Cordeiro, pela retidão, honestidade, por tanto ensinamento pessoal, por ter me apresentado, me inspirado e me guiado dentro desse Mundo dos eventos, às minhas mães Elisabete Cordeiro e Odila Cordeiro por serem a emoção de nossa família e em especial às minhas lindas filhas Beatriz, Livia e Carolina; POR ELAS, PARA ELAS E SEMPRE COM ELAS !

SERGIO JUNQUEIRA ARANTES



A minha mãe, Maria Ely, que me ensinou o caminho da perseverança, da humildade e do compartilhamento; a meus irmãos Paulo e Álvaro, por sempre acreditarem ser possível; a minha esposa, Edna, que me dá coragem e apoio para prosseguir e a meus filhos, Sergio, Tarsila e Emiliano, o esteio e baliza para o meu trabalho.

Informações relevantes

CONTEXTO

- › Ainda enquanto estávamos na fase de coleta de respostas dessa pesquisa, o Mundo foi surpreendido pela pandemia do Covid-19
- › Ao avaliarmos a relevância dos dados que já tínhamos capturado, decidimos publicar a pesquisa com as respostas de 71 entidades

METODOLOGIA

- › A pesquisa foi feita via Survey Monkey
- › Foram consultadas cerca de 500 associações

SEGMENTOS

Essas associações representam diversos setores da economia, entre médicas e não médicas

PERGUNTAS

Foram formuladas cerca de 86 perguntas a respeito das entidades, número e comportamentos dos associados, sobre os eventos, entre outros assuntos.

MARGEM DE ERRO

Considerando que não nos é claro o número Associações e Sociedades que promovem eventos e que a coleta de respostas da pesquisa foi descontinuada por conta da Pandemia, a margem de erro da pesquisa é de 12%.

GRÁFICOS

Casas decimais

- Parte dos gráficos são apresentados sem nenhuma casa decimal, porém quando a soma dos resultados obtidos não atingia 100%, inserimos uma casa decimal para que a variação na soma do resultado não ultrapassasse 0,1%.

Nem todos os percentuais atingirão 100%

- Pela forma que os questionamentos foram feitos, pelo tipo de resposta, assim como a variação do número de respondentes, alguns dos gráficos podem a exceder 100%. Para encontrar a melhor forma de dispor parte dos resultados traçamos a média ponderada, que, portanto, tem em cada opção de resposta a chance de chegar em 100% mas que a soma de todas as respostas pode ultrapassar.

Dimensões dessa pesquisa

ENTIDADE

- › **Estrutura**
- › **Regionais**
- › **Associados;** Número, comportamentos e tendências
- › **Financeiro**
- › **Tecnologias;** CRM e gestão de associados

EVENTOS

- › **Terceirizações**
- › **Digital**
- › **Mídias sociais**
- › **Números;** quantidade, inscritos e visitantes
- › **Financeiro;** orçamento, % por despesas e receitas
- › **Exposição Paralela;** expositores, metro quadrado
- › **Pernoites;** quantidade e forma de reserva
- › **Destinos considerados;** nacionais e internacionais
- › **Período;** quando realizam ou não seus eventos
- › **Trabalhos técnicos**

Sumário

ENTIDADE

Associados	7
Estrutura	11
Regionais	13
Financeiro	15
Tecnologia	19

EVENTOS

Período	23
Quantidade	26
Financeiro	35
Comunicação Digital	39
Exposição Paralela Feira de Negócios	44
Terceirações	48
Hospedagens	52
Destinos	55

ENTIDADE

Associados



QUANTIDADE

O número de associados continua a aumentar ou se mantém estável **(85%)**



QUADRO DE ASSOCIADOS

< 500, **44%**

> 2.500, **20%**



PERFIL

Média Ponderada

Pessoa Física, **70%**

Pessoa Jurídica, **66%**

Atrair e reter associados, em especial, naquelas entidades cuja filiação não é compulsória para que desenvolvam suas atividades profissionais. Grande desafio das associações entenderem aquilo que seus associados desejam que continuem a entregar para que permaneçam associados.

As entidades que responderam à Pesquisa têm associados majoritariamente nacionais. Enquanto **80%** são nacionais, apenas **3%** são internacionais.

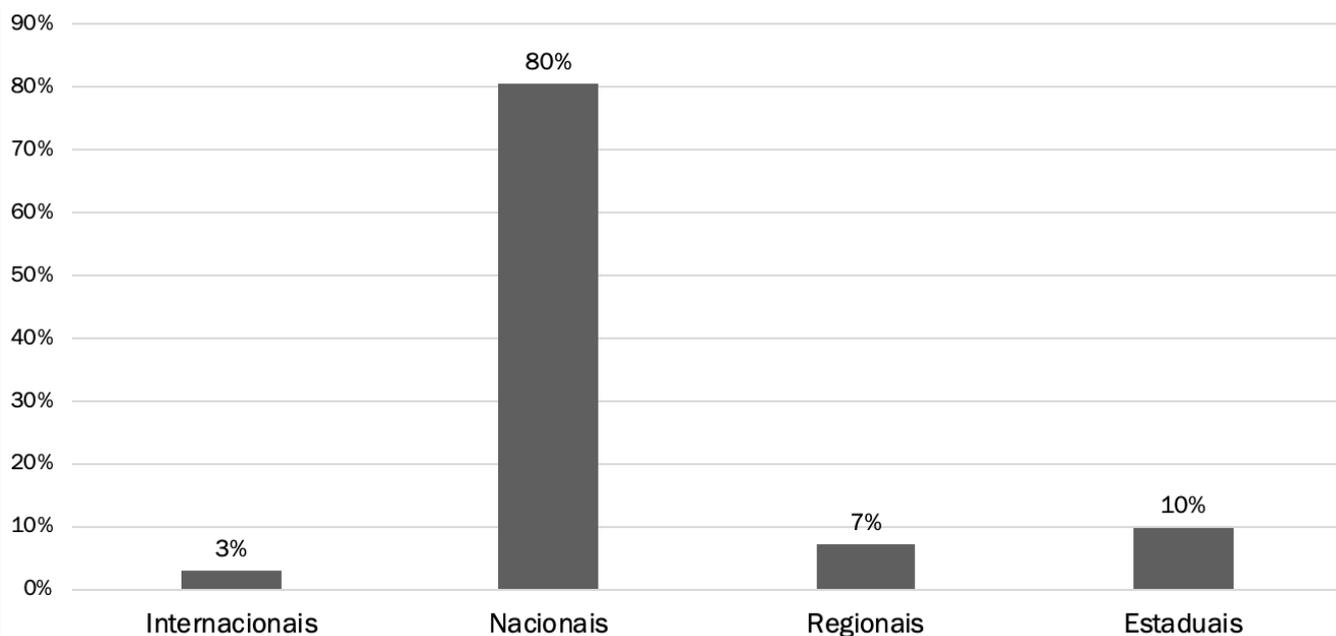


Gráfico 1: Os membros de sua entidade são preponderantemente?

85% das entidades, com suas estratégias, vêm conseguindo manter ou aumentar o número de associados.

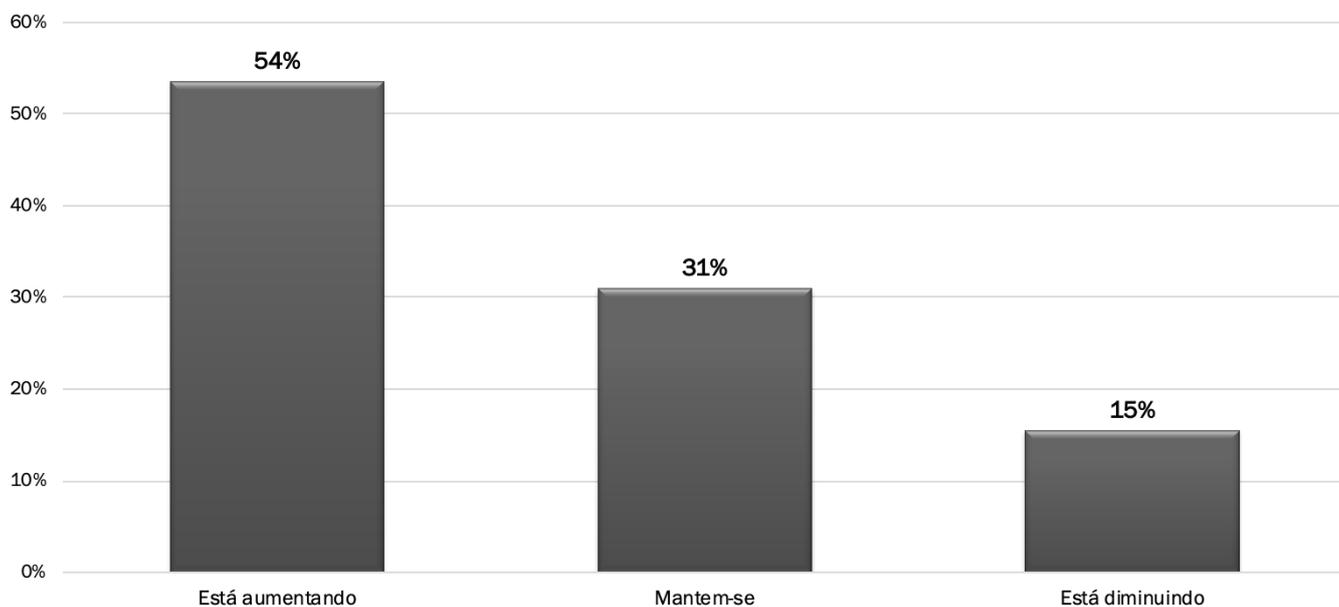


Gráfico 2: O número de associados está ?

Para aquelas instituições que responderam que o quadro de associados está diminuindo, questionamos o que estão fazendo para reverter, as respostas citadas estão na nuvem de palavras abaixo.



Imagem 1: Como está lidando com essa queda ?

Quais são as novidades que estão sendo trabalhadas para evitar essa evasão ?

A quantidade de associados nem sempre é a melhor forma de mensurar o porte daquela entidade, pois algumas reúnem todas as empresas de determinado setor não se abrindo para associados Pessoa Física.

Por exemplo, 13 das 16 entidades que responderam que o número de associados é de até **100**, só contam com Associados Pessoa Jurídica.

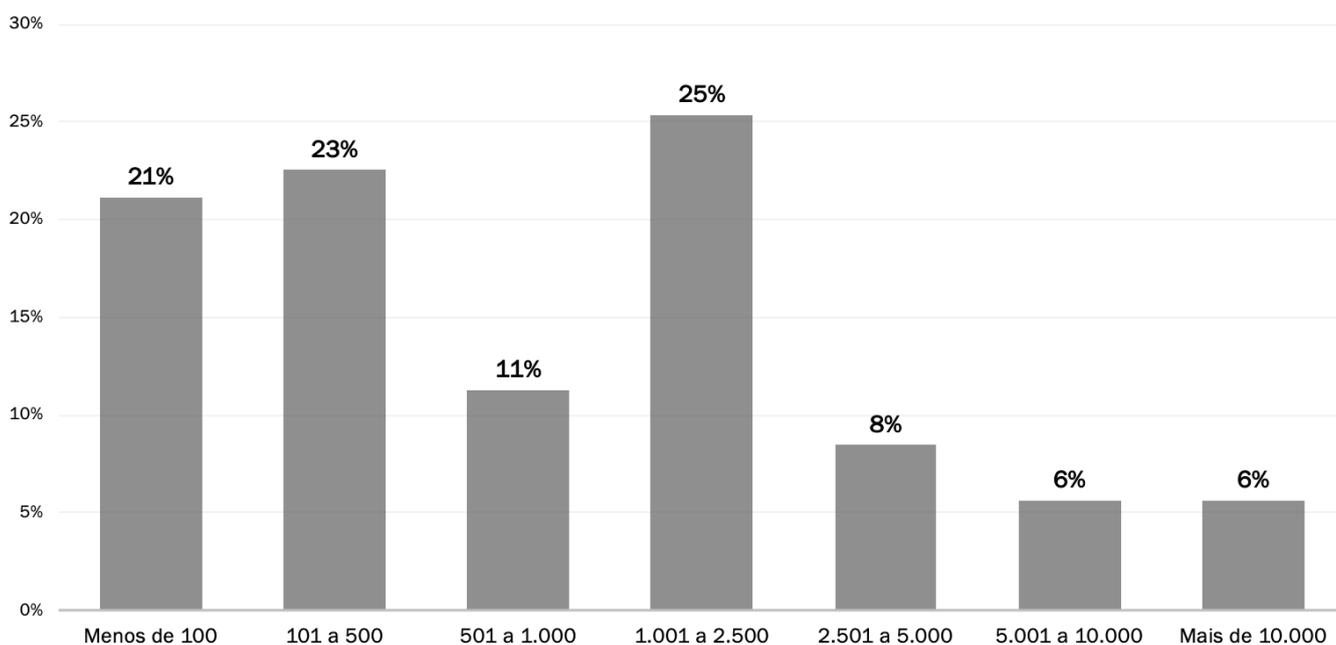


Gráfico 3: Quantos filiados sua entidade congrega?

O número de associados Pessoa Física é levemente maior que o de associados Pessoa Jurídica.

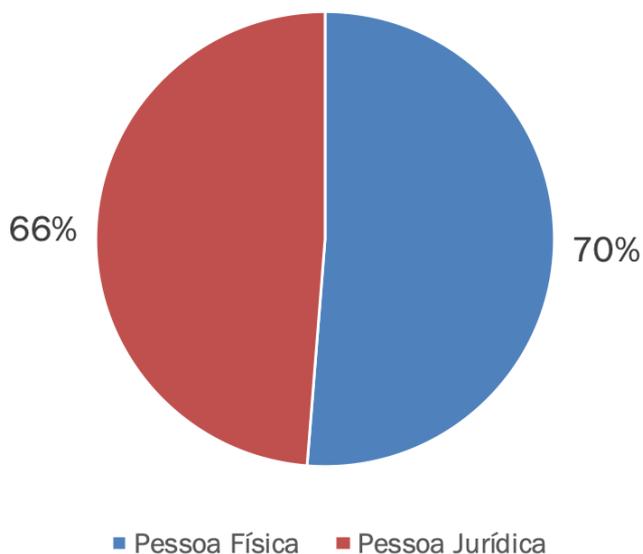


Gráfico 4: Qual percentual de seus associados são ? Média ponderada

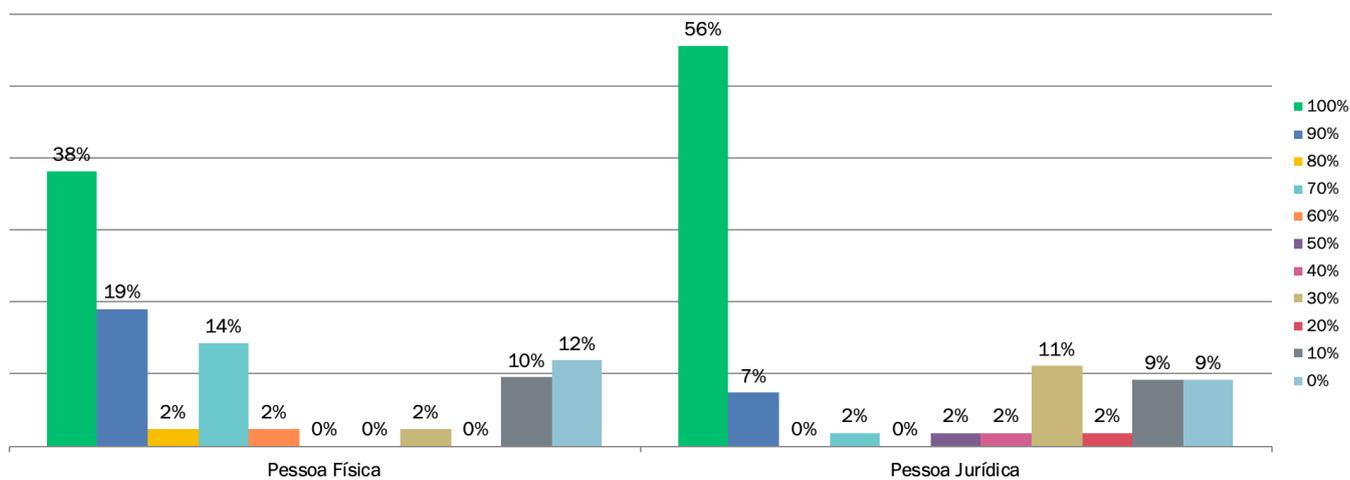


Gráfico 5: Qual percentual de seus associados são ?

ENTIDADE Estrutura



SÃO PAULO

É a cidade que sedia **77%** das associações



QUADRO DE FUNCIONÁRIOS

As associações continuam aumentando ou mantendo (**77%**) os funcionários do Departamento de Eventos.

CIDADE SEDE

A escolha da cidade sede de uma entidade está relacionada a questões:

- › **Geográficas**, onde o grupo que a fundou ou que a gerencia estão estabelecidos
- › **Políticas**, diante dos objetivos da Associação
- › **Temáticas**, relevância daquela cidade para o tema tratado
- › **Conveniência**, questões meramente de conveniência

São Paulo é a cidade sede de **77%** das associações e sociedades que responderam a pesquisa.

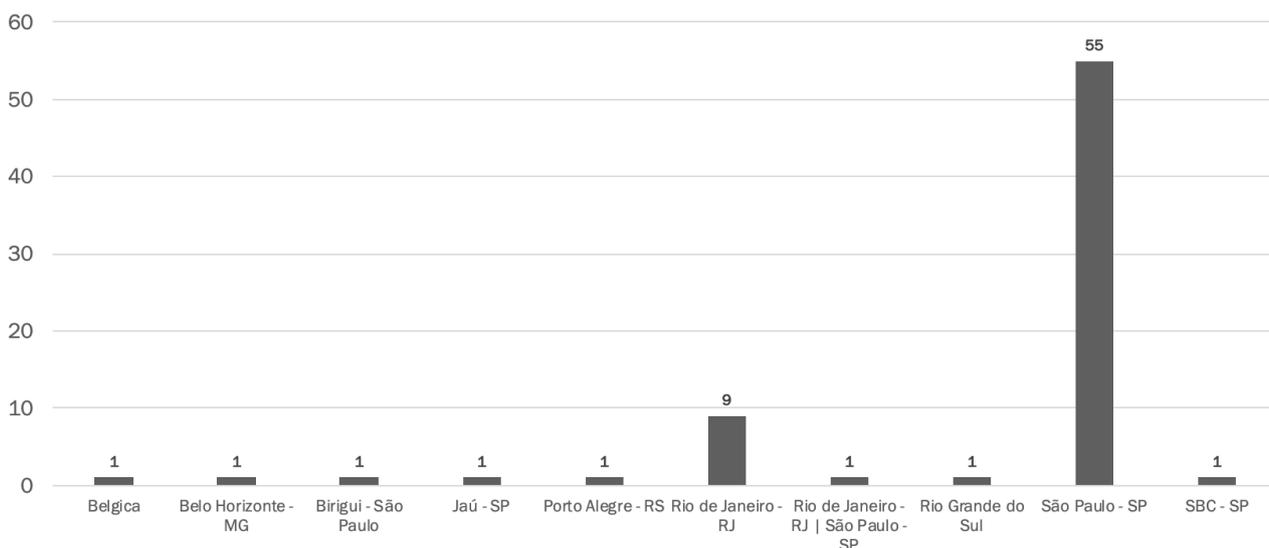


Gráfico 6: Em qual cidade e UF fica a Sede de sua entidade ?

Questionamos ainda qual o comportamento do número de funcionários que trabalham no Departamento de Eventos. **77%** manteve ou aumentou o quadro desta área, **13%** diminuiu e outros **11%** afirmaram que não têm. Esses dados podem ser cruzados com as respostas obtidas lá no item de **EVENTOS | TERCEIRIZAÇÕES**.

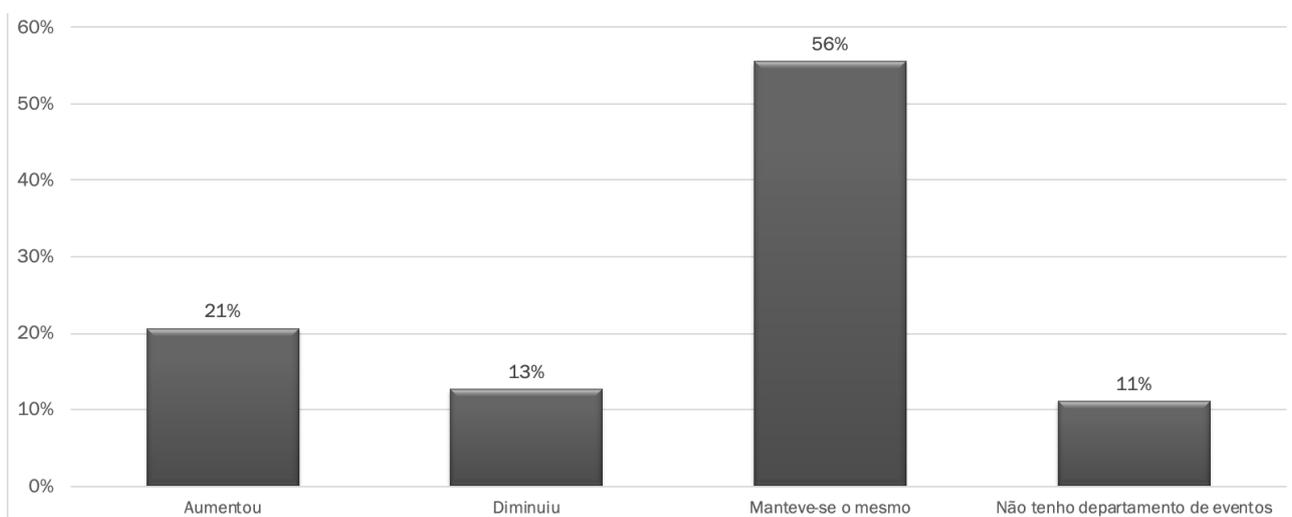


Gráfico 7: Em relação aos últimos 5 anos, o número de funcionários fixos do Departamento de Eventos de sua entidade ?

ENTIDADE **Regionais**



A MAIOR PARTE
DAS ENTIDADES
QUE RESPONDERAM
A PESQUISA NÃO
TEM REGIONAIS (51%) !

Enquanto **51%** das associações não têm Regionais, outras **49%** têm. Buscam com isso maximizar seu alcance lhes dando penetração local. Essas Regionais por vezes são chamadas de Capítulos, Seções ou Núcleos Regionais. E dentro dessas que tem Regionais, **18%** contam com 16 ou mais.

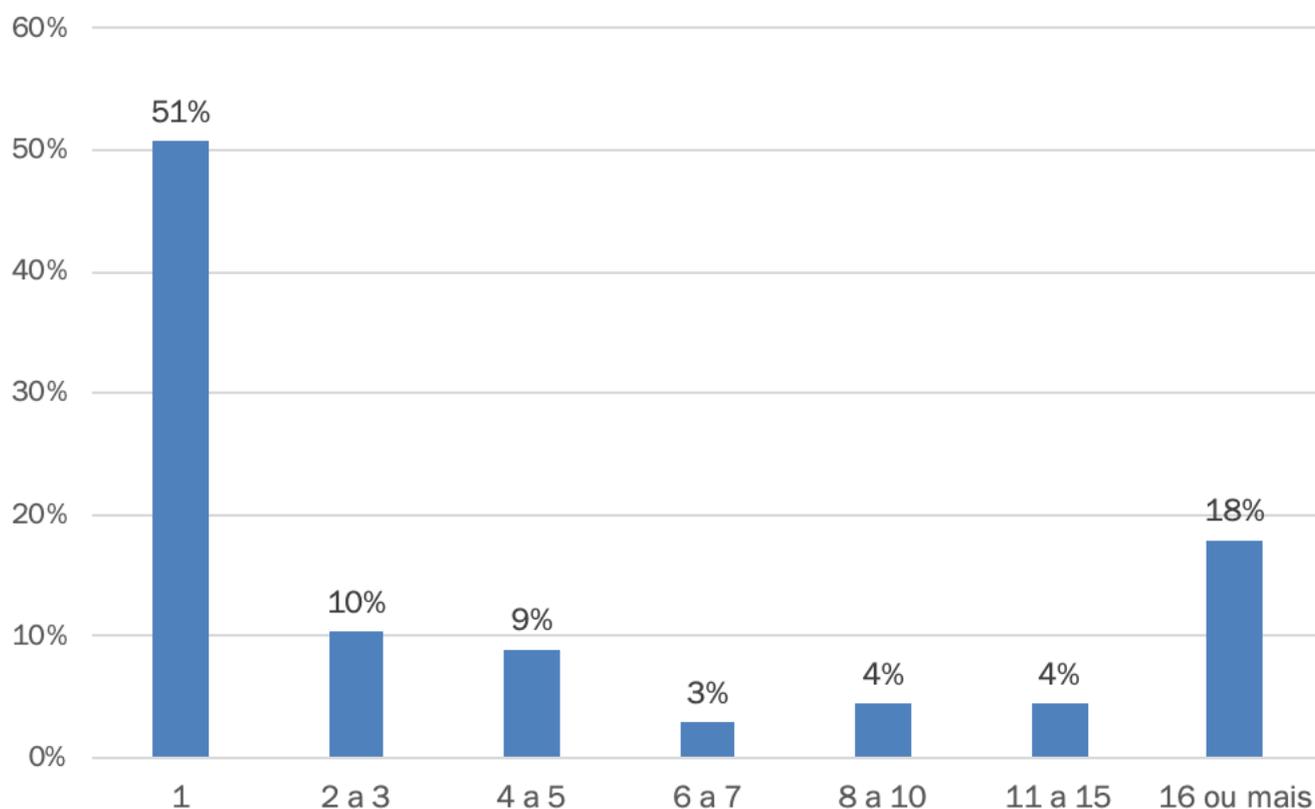


Gráfico 8: Quantas regionais sua entidade tem em atividade ?

ENTIDADE

Financeiro



+R\$ 1 MI

É o orçamento anual de
72% das entidades



PRINCIPAIS FONTES
DE RECEITA

Mensalidade / Anuidade e o
Resultado dos eventos que promovem

72 % das entidades que responderam a pesquisa afirmam que seus orçamentos anuais são iguais ou maiores que R\$ 1.000.000. Sendo que dessas, **40%** afirmam que é maior que R\$ 2.500.001.

Já quando pensamos no outro extremo, apenas **7%** das associações têm orçamento de até R\$ 100.000.

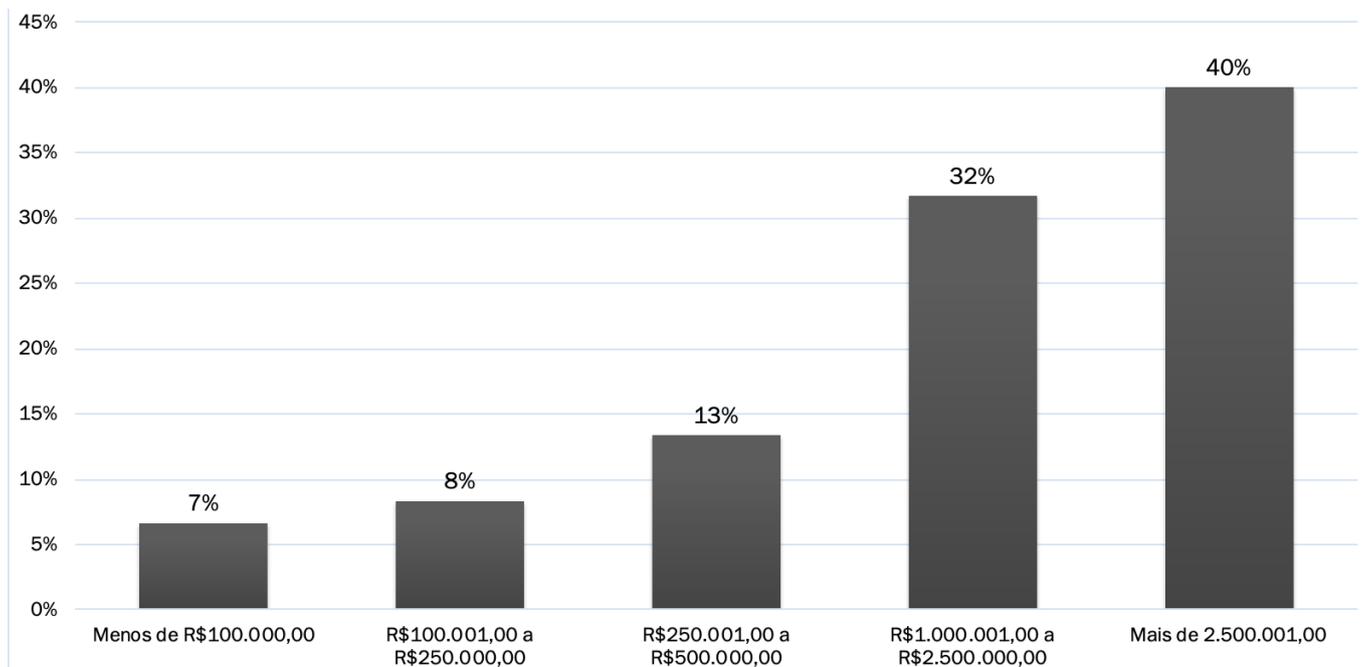


Gráfico 9: Qual foi o orçamento total de sua entidade em 2019 ?

Interessante também foi a resposta das entidades quanto ao percentual que corresponde cada item de receita, vejam o quadro abaixo.

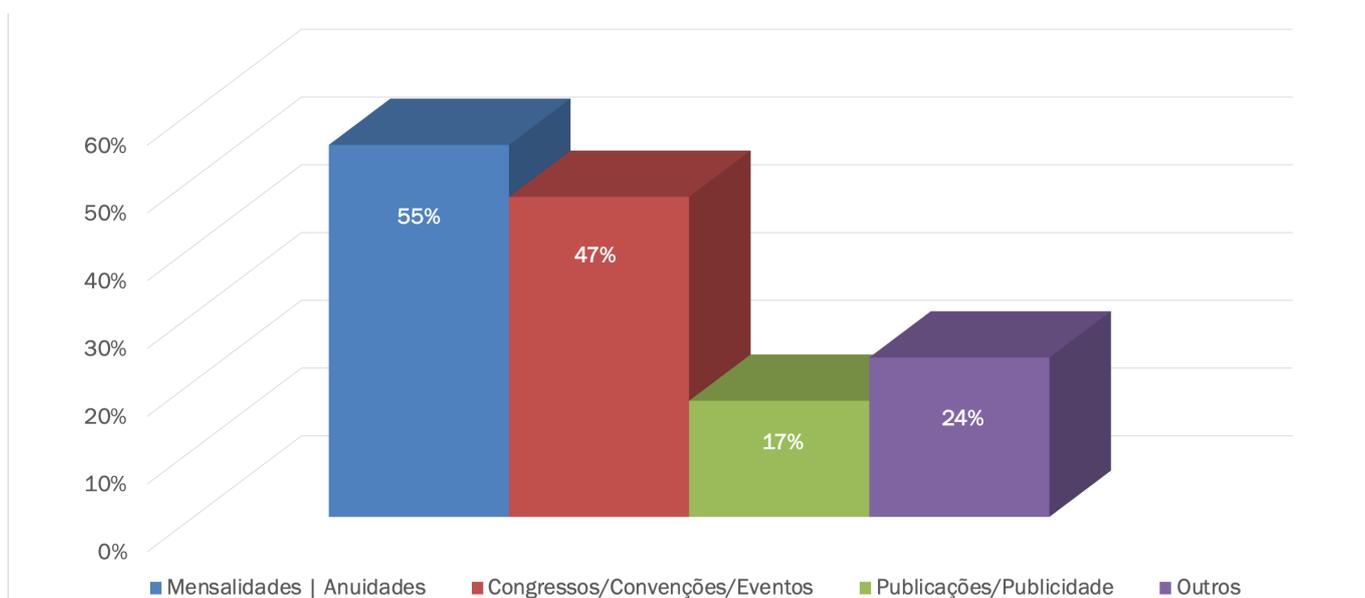


Gráfico 10: Quais as principais fontes de renda de sua entidade? Média ponderada.

Na média ponderada, as receitas provenientes de Mensalidades | Anuidades correspondem a **55%**, enquanto os eventos representam **47%**.

12 das 63 entidades que responderam à pesquisa têm **100%** de suas receitas provenientes de mensalidades / anuidades. São 4 das 63 entidades que afirmam que os recursos dos eventos correspondem a **100%** de suas receitas.

Dentre os projetos que foram mencionados como OUTROS ITENS DE RECEITAS, com **24%** temos:

- > Acreditação / Certificação
- > Convênios e parcerias
- > Cursos de curta e longa duração
- > Educação continuada e corporativa
- > Projetos institucionais
- > Patrocínios e subvenções

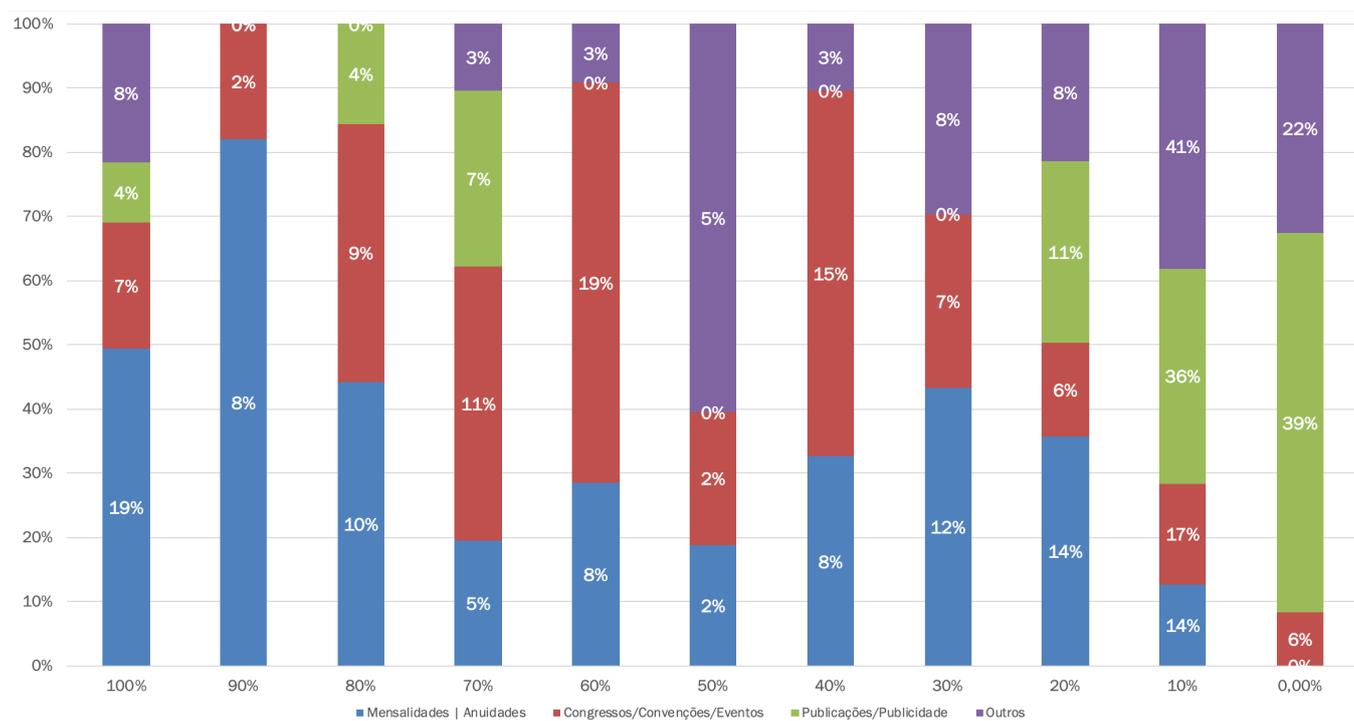


Gráfico 11: Quais as principais fontes de renda de sua entidade ?

Muitas das entidades internacionais começaram a não mais cobrar mensalidades e anuidades, passam a viver de projetos.

Em nossa Pesquisa, constatamos que **95%** das associações afirmam que pretendem continuar a cobrar mensalidades e anuidades nos próximos 5 anos.

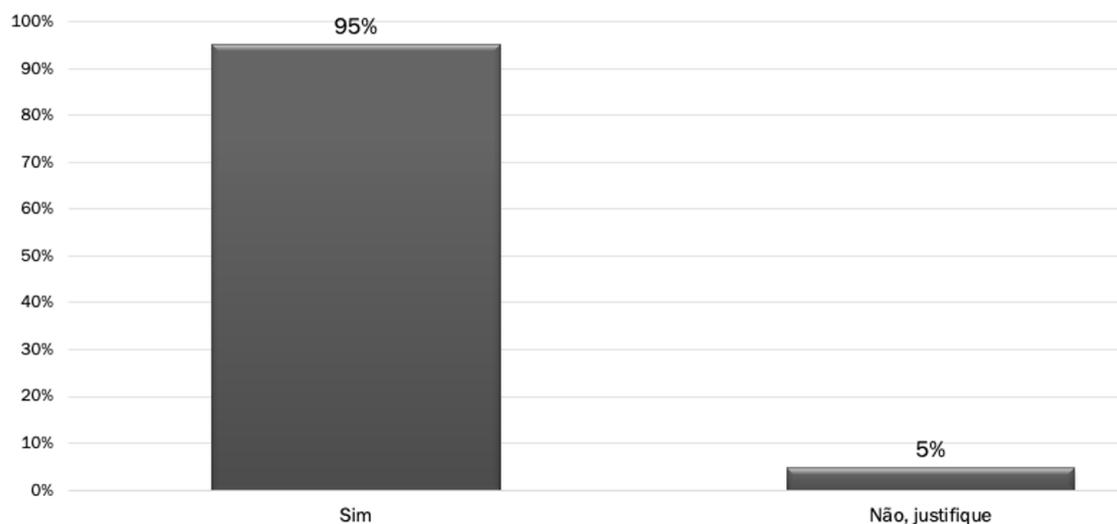


Gráfico 12: Sua entidade pretende continuar a cobrar mensalidades ou anuidades nos próximos 5 anos ?

Dentre os **5%** que afirmaram que não mais cobrarão, nenhuma das respostas dadas nos permitem fazer avaliações mais detalhadas.

ENTIDADE

Tecnologias



SISTEMA DE GESTÃO DE ASSOCIADOS

50% das entidades contrataram ferramentas do mercado

36% desenvolveram suas próprias ferramentas



CRM

36% das entidades utilizam ferramentas de CRM para gerenciar interações com associados.

A tecnologia, em suas diferentes frentes, vem sendo cada vez mais utilizada para proporcionar agilidade, escala e experiências. Passou o tempo que as entidades podiam gerir seu quadro de associados em ferramentas que não permitem entender o comportamento, as interações e registrar as participações.

Enquanto **36%** das entidades desenvolveram as suas próprias ferramentas para gerir os associados, **50%** contrataram empresas de mercado. Apenas **14%** ainda não utiliza software de gerenciamento.

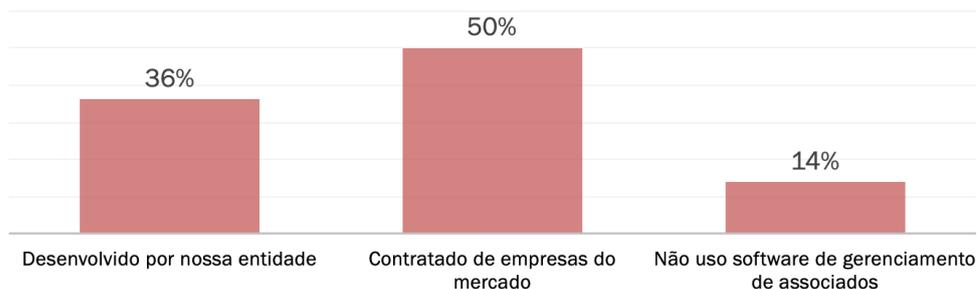


Gráfico 13: O sistema de gestão de associados foi desenvolvido por sua entidade ou contratado de empresas do mercado ?

Além da capacidade de gerir os associados, a forma que as interações são realizadas e registradas determinam a forma que desejam consumir conteúdo.

A maior parte das entidades (**64%**) não utiliza ferramenta de CRM – *Customer Relationship Management*.

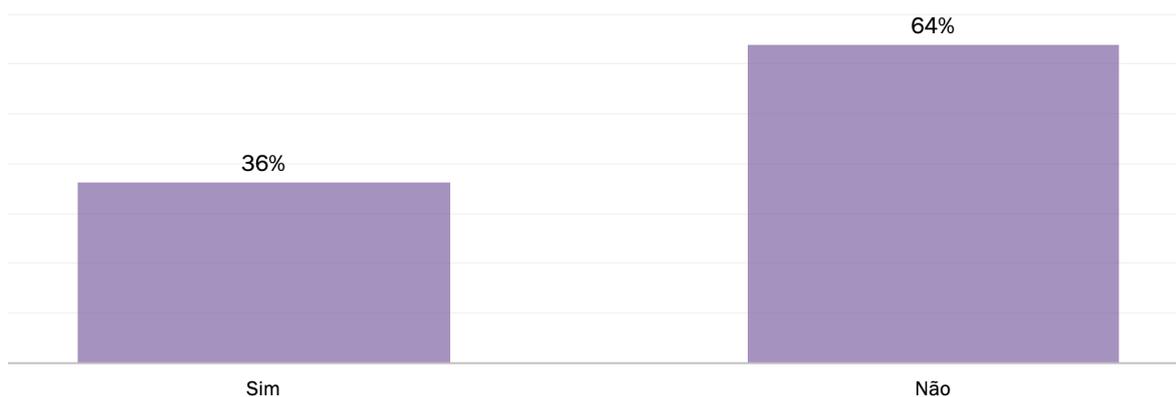


Gráfico 14: Utiliza ferramentas de CRM para gerenciar as interações com seus associados ?

A decorative floral pattern in the top right corner, consisting of overlapping circles in shades of blue, orange, and white.

Eventos

No Brasil, são realizados 590 mil eventos por ano, 1600 por dia, o setor representa cerca de 13% do PIB nacional.

As associações e sociedades acontecem em seus eventos, reunindo pessoas e comunidades. Levam desenvolvimento, prosperidade econômica e esperança com a missão de fazer sorrir, ampliando laços e compartilhando valores e culturas através do relacionamento humano.

Aproximam pessoas e marcas, geram informação, conhecimento, negócios além de oportunidades de encontros memoráveis.

Acreditamos no poder de um evento !

Já voltando ao horizonte dessa pesquisa, no capítulo de Eventos, assunto do título dessa pesquisa, aprofundamos mais os questionamentos para entender:

- › **Terceirizações**
- › **Digital**
- › **Mídias sociais**
- › **Números**; quantidade, inscritos e visitantes
- › **Financeiro**; orçamento, % por despesas e receitas
- › **Exposição Paralela**; expositores, metro quadrado
- › **Pernoites**; quantidade e forma de reserva
- › **Destinos considerados**; nacionais e internacionais
- › **Período**; quando realizam ou não seus eventos
- › **Trabalhos técnicos**

EVENTOS

Período



SETEMBRO

É o mês que as entidades mais realizam eventos.

MAIORES EVENTOS

Maio, Setembro e Novembro

DEMAIS EVENTOS

Maio, Agosto, e Setembro

NÃO REALIZAM EVENTOS

Janeiro, Fevereiro e Dezembro

Em cada evento realizado são cerca de 60 fornecedores envolvidos. Quase sempre são definidos com bastante antecedência, de toda forma é importante entender em quais meses esses eventos se realizam e quais são aqueles que as entidades não consideram realizar.

Os meses preferidos para a realização dos maiores eventos são maio, setembro e novembro. Nenhuma das entidades consultadas realiza o seu MAIOR evento no mês de julho.

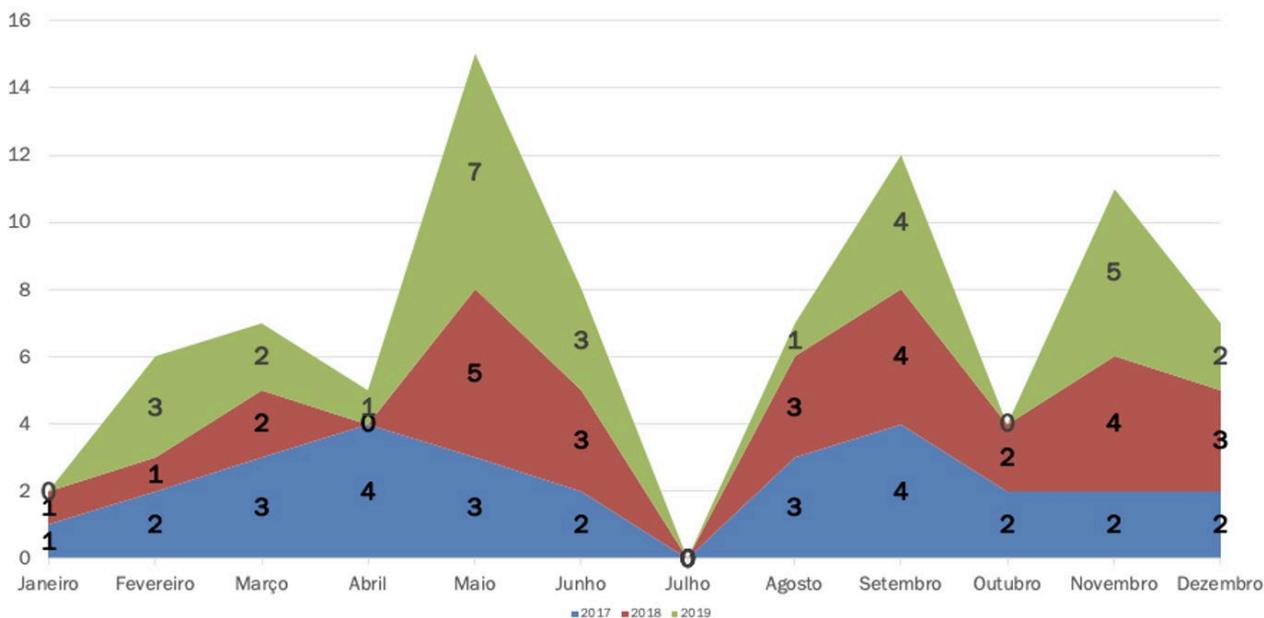


Gráfico 15: Qual o mês de seu maior evento ?

Além de entendermos a data dos maiores eventos, questionamos ainda quais os 3 meses que costumam realizar seus demais eventos, maio, agosto e setembro foram aqueles com maior número de respostas.

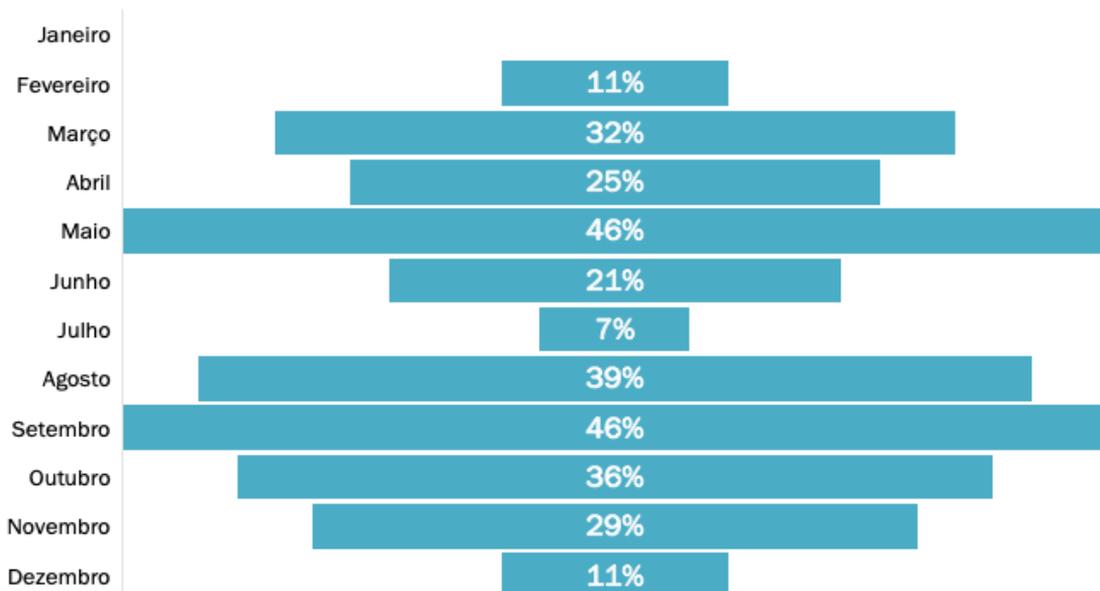


Gráfico 16: Quais os três meses que sua associação MAIS realiza eventos ?

Por outro lado, alguns meses são evitados pelas Associações e Sociedades, janeiro, fevereiro e dezembro.

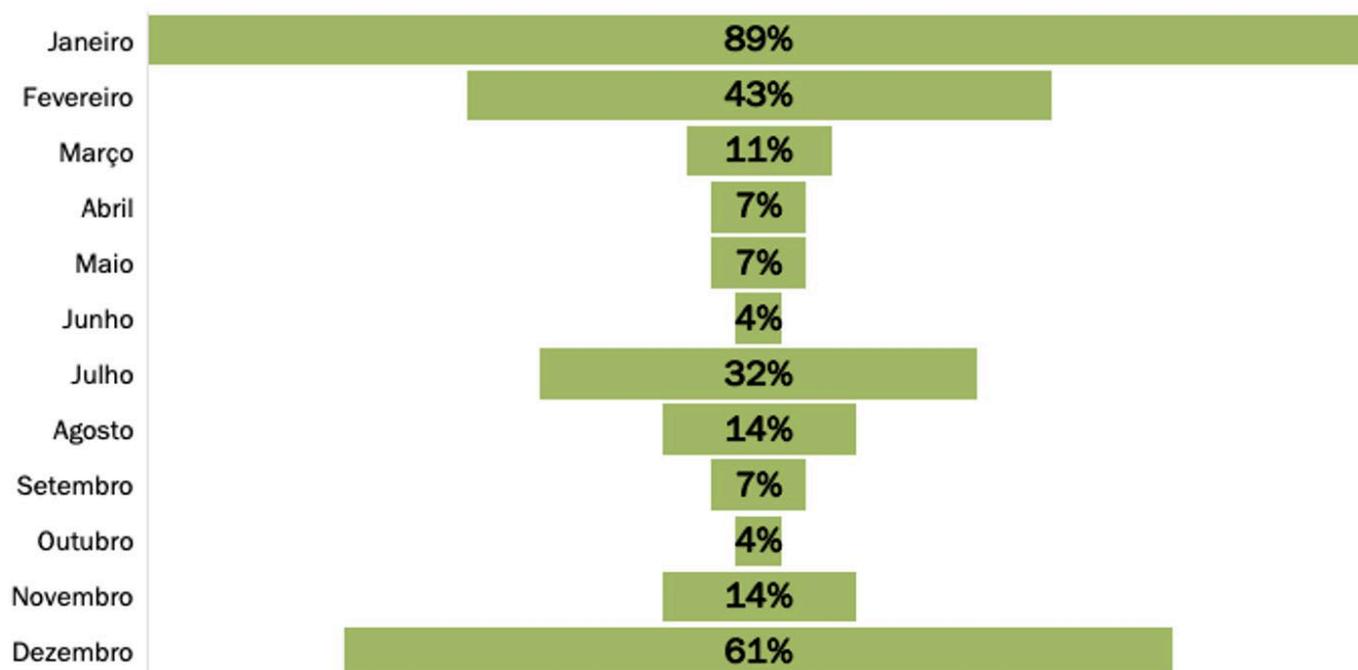


Gráfico 17: Em quais meses sua associação NÃO realiza eventos ?

EVENTOS

Quantidade



EVENTOS

> 10 eventos, **40%**

Entre 1 e 5 eventos, **50%**



MAIOR EVENTO

> 1.000 inscritos, **47%**

+ Participantes que a edição anterior, **50%**

Projetam crescimento para a edição seguinte, **64%**



PARTICIPANTES

+ Participantes nacionais na edição seguinte, **68%**

+ Participantes estrangeiros na edição seguinte, **50%**

Eventos nacionais, internacionais, temáticos, regionais, reuniões são atividades de grande relevância na existência e no funcionamento das Associações.

47% das entidades consultadas promovem mais de 6 eventos por ano e dentre essas **30%** mais que 10.

Apenas **2%** não promove eventos e outras **50%** promovem de 1 a 5 eventos por ano.

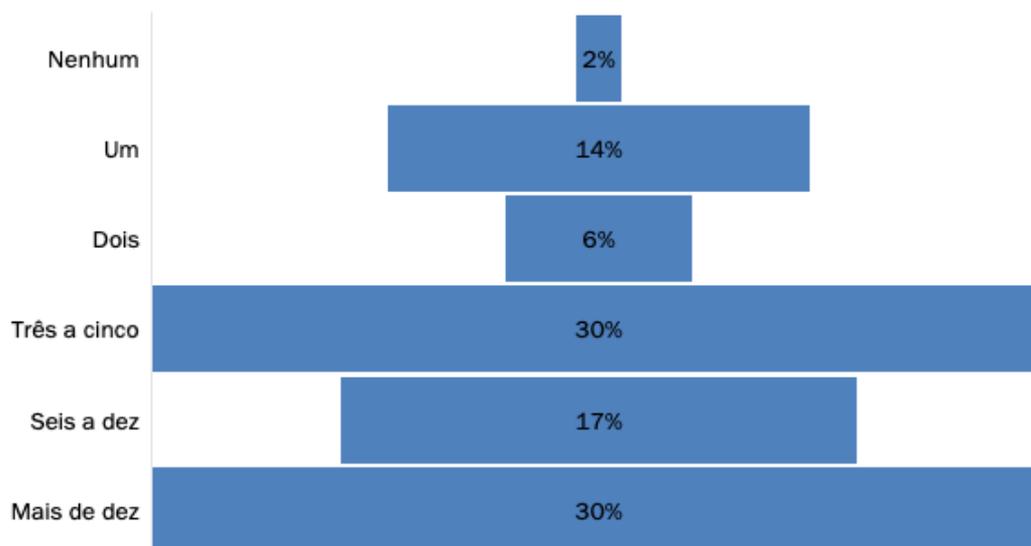


Gráfico 18: Quantos eventos promovem por ano ?

De todo modo, ao realizarem mais de um evento por ano com temas similares ou que recorrem aos mesmos investidores (patrocinadores e expositores) podem gerar concorrência entre eles. No entanto, **78%** das entidades entendem que seus eventos se complementam enquanto **22%** entendem que concorrem entre si.

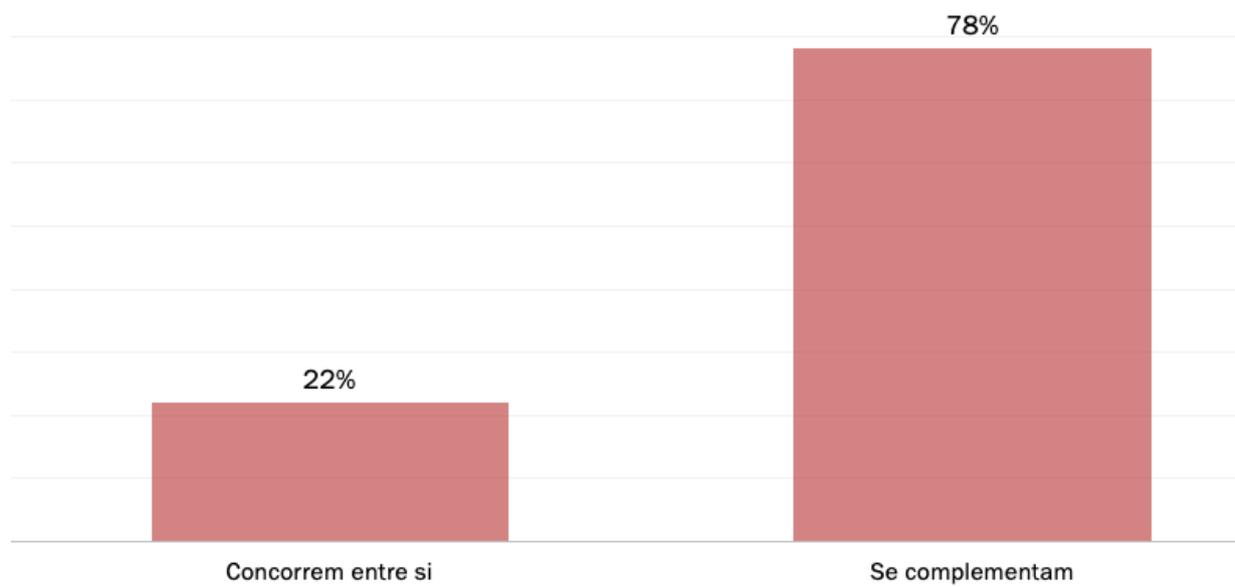


Gráfico 19: Considerando que promovem mais de um evento por ano, no que tange ao público de potenciais inscritos e investidores (patrocinadores e expositores), esses eventos

Eventos associativos costumam se realizar em múltiplos espaços, salas de conferência, espaço para os trabalhos em painel / tema livre, além de salas de reuniões e áreas de exposição para os estandes.

À medida que esses eventos crescem, mais difícil é encontrar espaços de eventos que os comportem.

Abaixo apresentamos o gráfico com a quantidade de eventos que realizam anualmente e a capacidade da plenária principal.

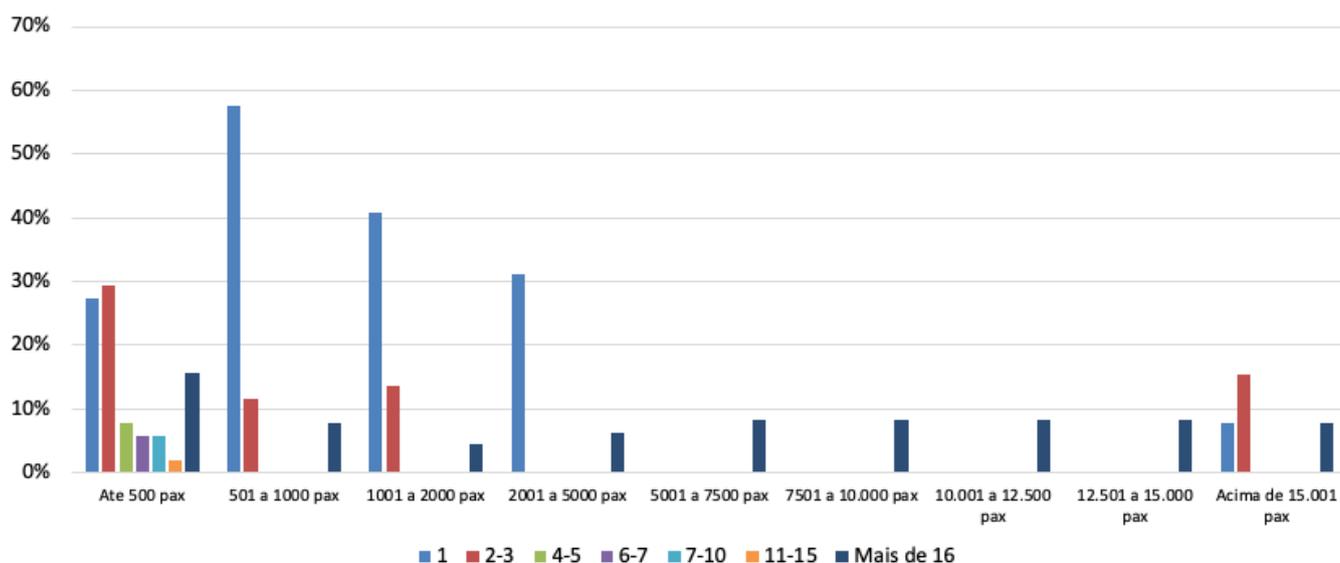


Gráfico 20: Assinale quantos eventos sua entidade realiza anualmente necessitando de uma sala plenária principal com a capacidade abaixo (formato auditório)

A partir daqui, fazemos um balanço do número de participantes no MAIOR evento promovido por essas associações, comparando com a edição anterior e a expectativa que tinham para a edição de 2020.

50% das associações afirmam que seus eventos de 2019 foram maiores que a edição anterior e **64%** esperavam novo crescimento para a edição seguinte.

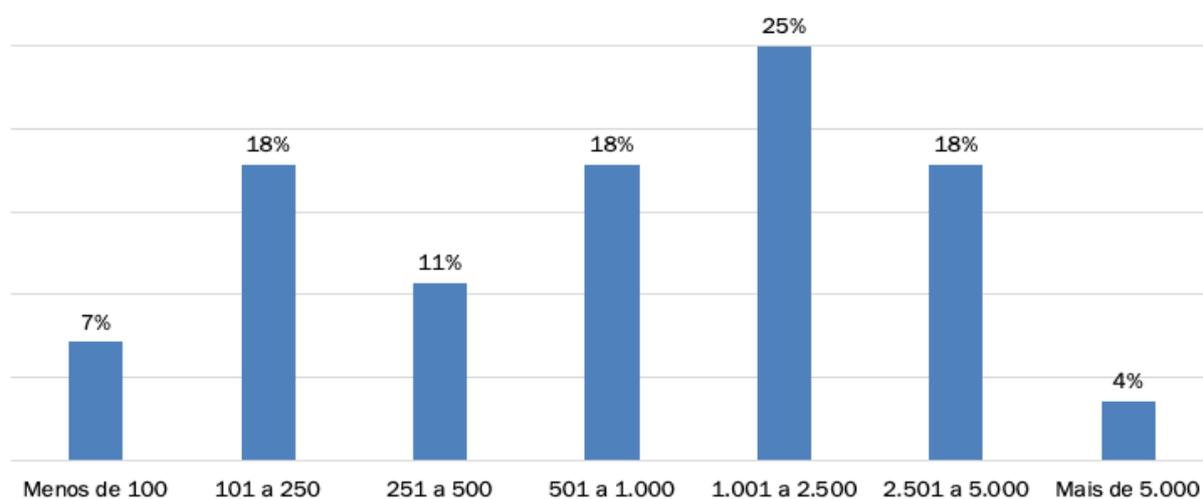


Gráfico 21: Qual o número de participantes de seu maior Congresso em 2019 ?

O tamanho de nosso País, a quantidade de habitantes, a abundância nos recursos naturais e a força de nossa economia torna os eventos porta de entrada para pessoas e empresas que se interessam em atuar por aqui.

Assim, buscamos compreender a porcentagem de participantes nacionais e estrangeiros fazendo a comparação com edição anterior e futura.

Veja que o otimismo é grande.

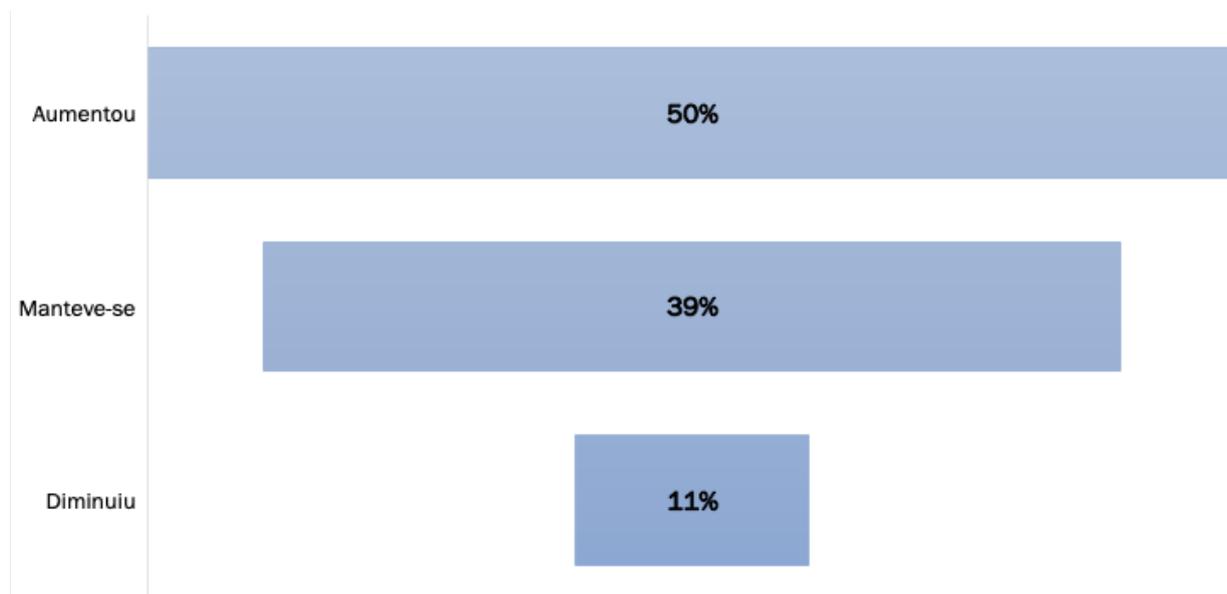


Gráfico 22: Em relação ao número de participantes, como se compara seu maior Congresso em 2019 em relação à sua edição anterior ?

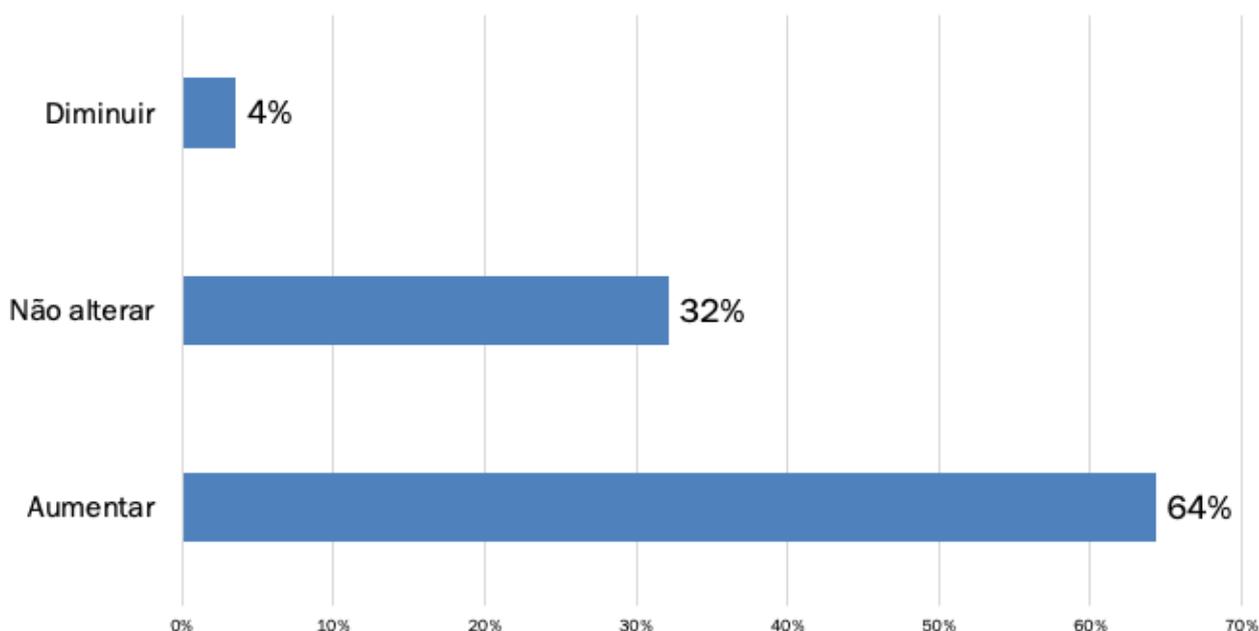


Gráfico 23: Qual sua projeção para a próxima edição desse Congresso ?

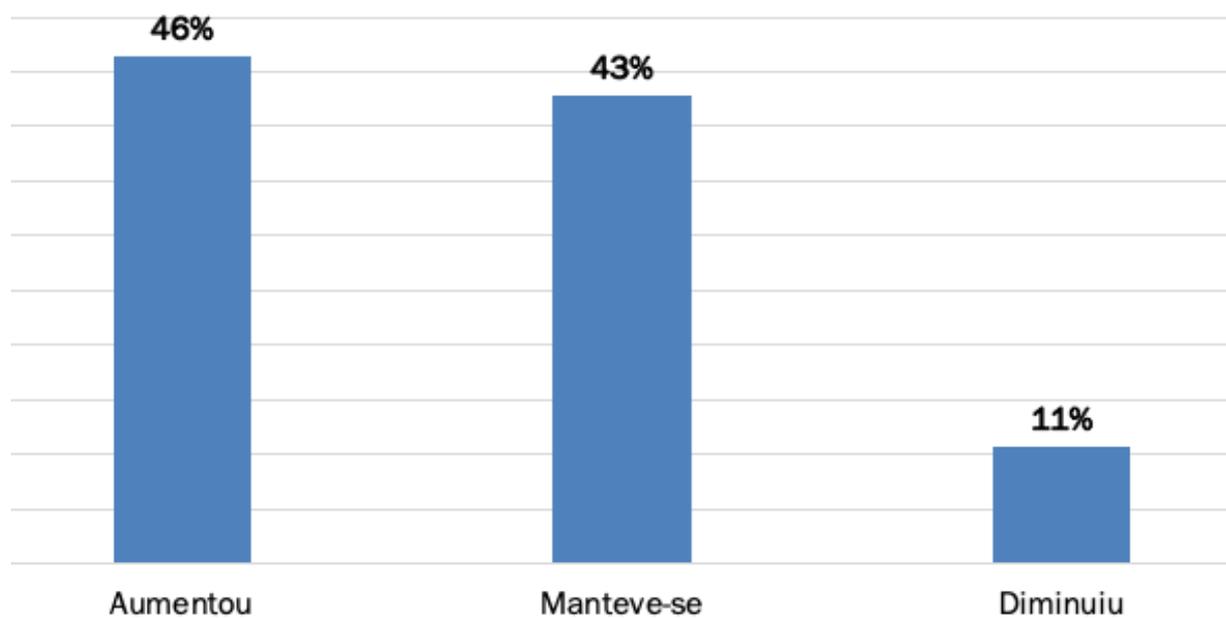


Gráfico 24: Em relação à edição anterior, a porcentagem de participantes nacionais ?

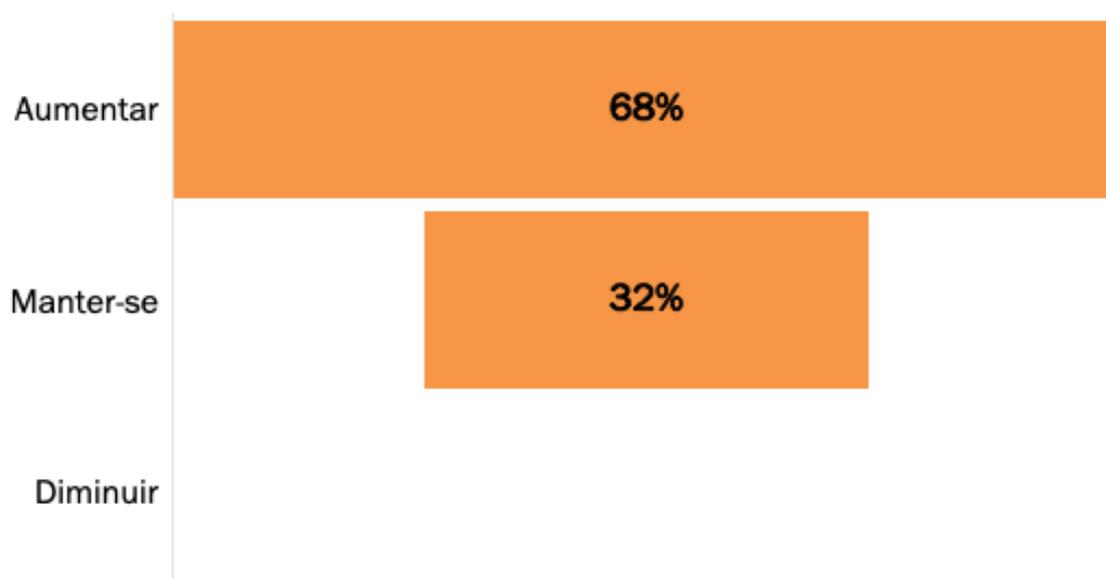


Gráfico 25: A projeção para a próxima edição em relação a participantes nacionais é ?

Dentre os eventos que por aqui se realizam **82%** contam com até **20%** de participantes estrangeiros. De todo modo, esse número já é maior para **25%** delas comparando com a edição anterior e projetam crescimento de 50% para a edição seguinte.

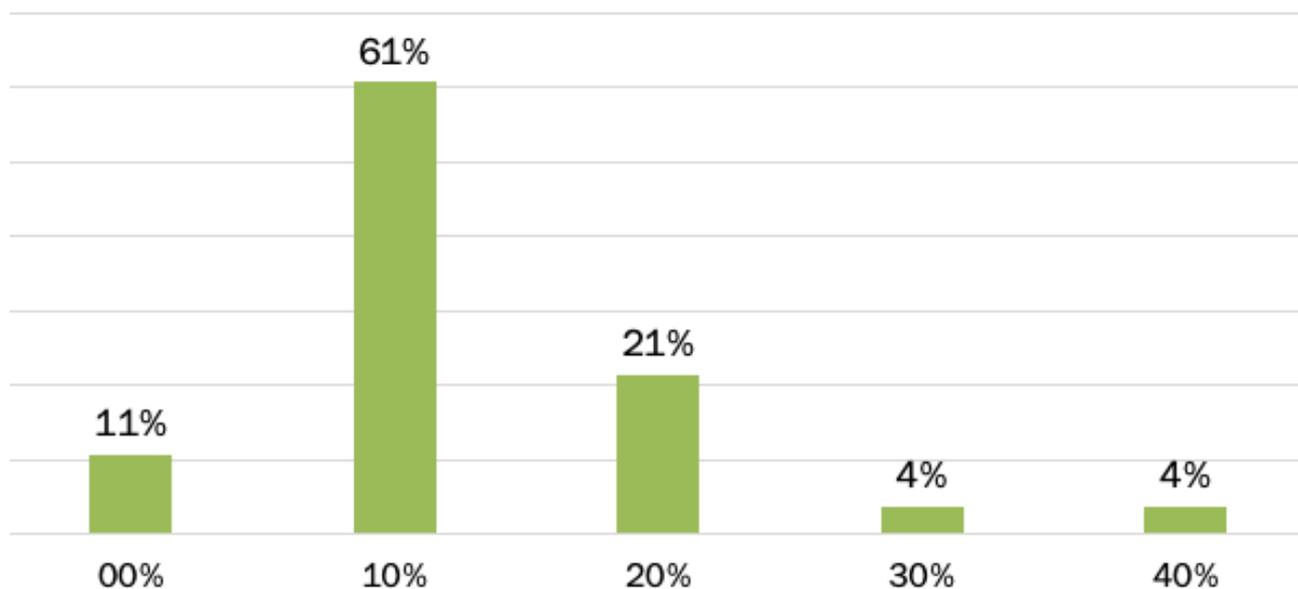


Gráfico 26: Qual a percentagem de participantes estrangeiros ?

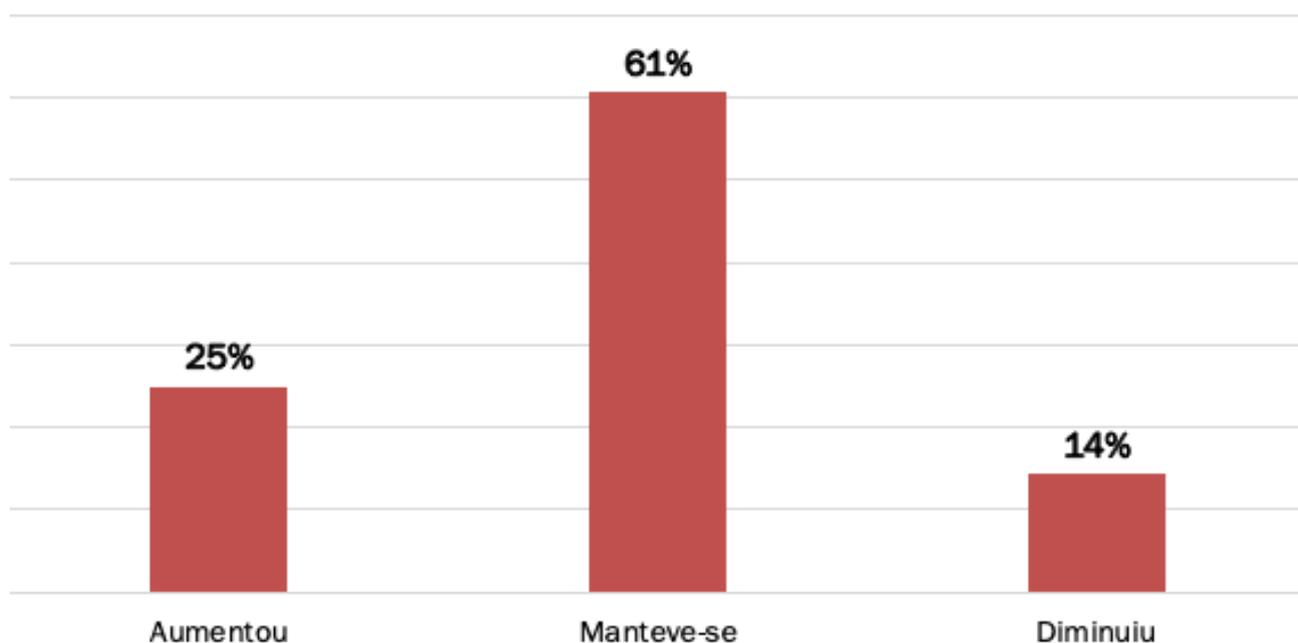


Gráfico 27: Em relação à edição anterior, a percentagem de participantes estrangeiros ?

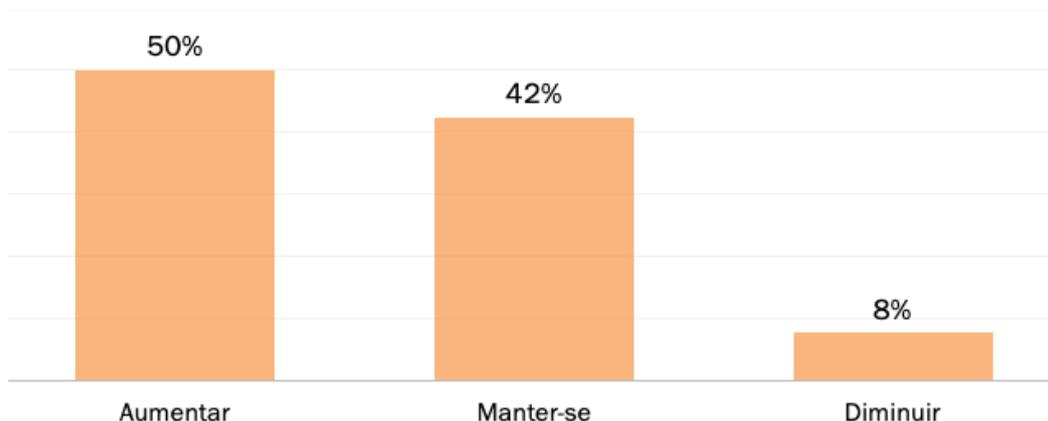


Gráfico 28: A projeção para a próxima edição em relação a participantes estrangeiros é ?

Além dos eventos maiores, as associações promovem outros de pequeno e médio porte. **72%** realizam de 1 a 10 eventos e **14%** mais que 26 eventos.

São reuniões internas, encontros da Diretoria, treinamentos e capacitações para associados tanto via Nacional quanto pelas regionais.

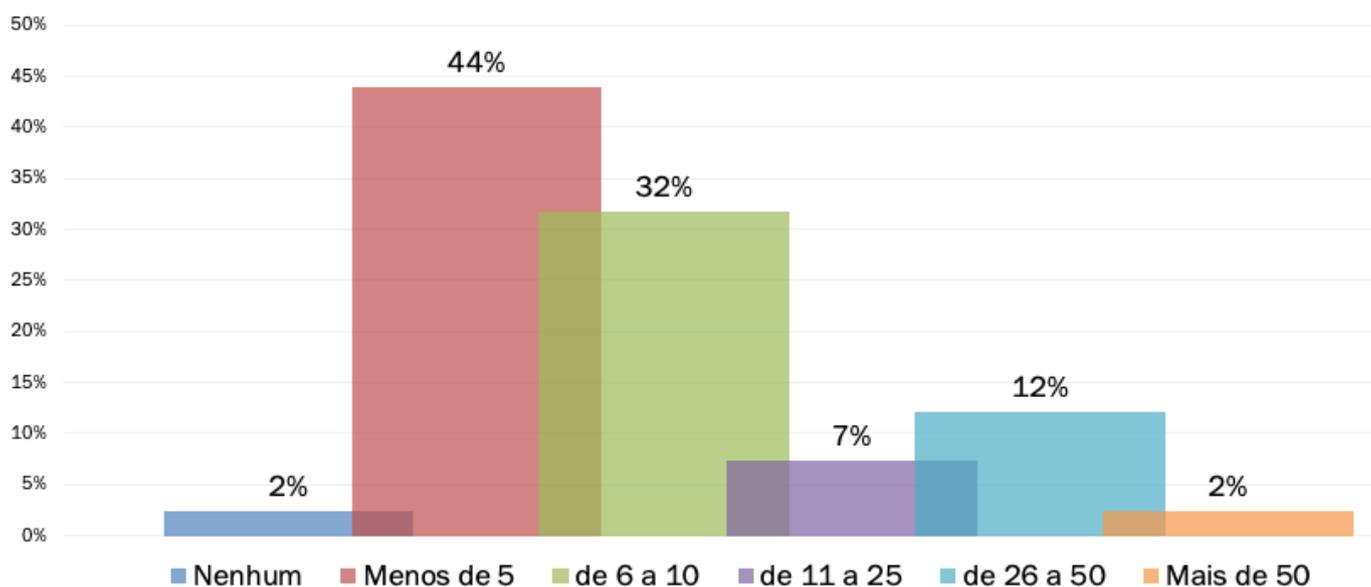


Gráfico 29: Quantos eventos pequenos e médios sua entidade promoveu em 2019 ?

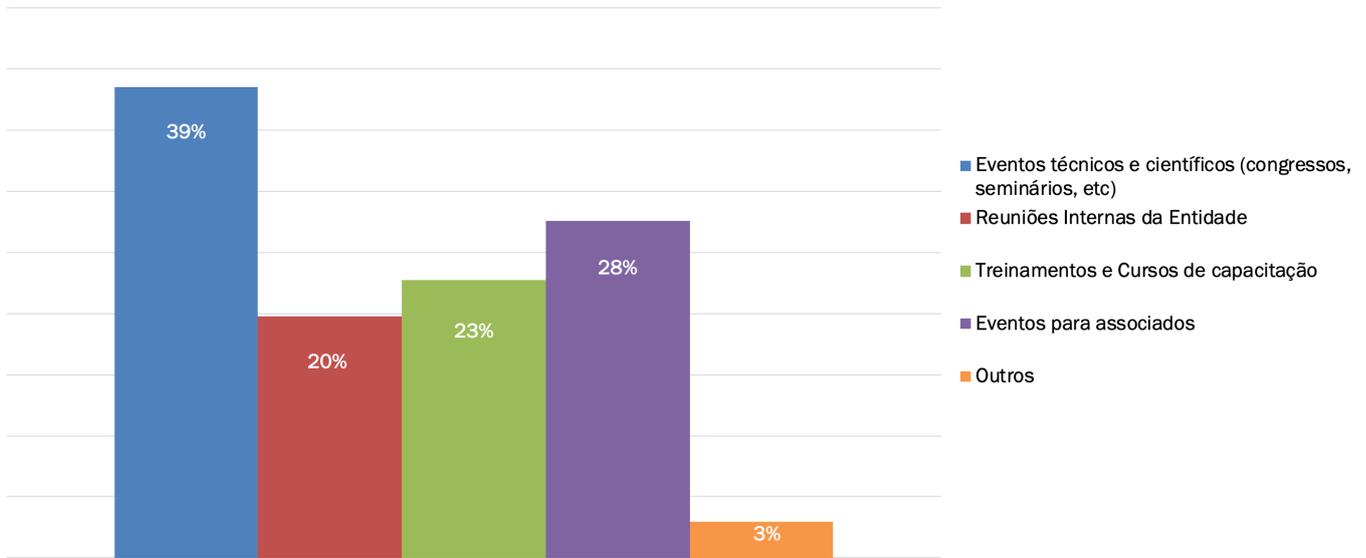


Gráfico 30: Qual percentagem desses pequenos e médios eventos é representada pelos seguintes tipos de eventos ? Média ponderada.

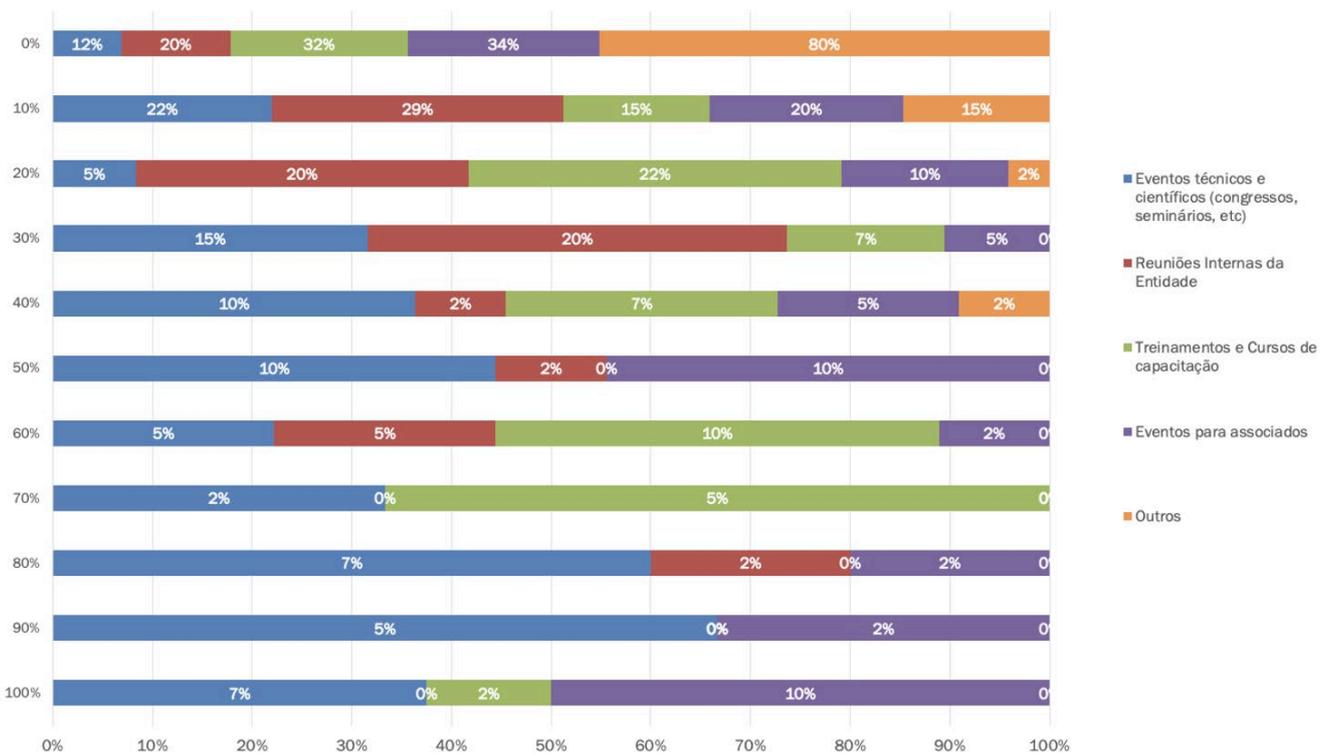


Gráfico 31: Qual percentagem desses pequenos e médios eventos é representada pelos seguintes tipos de eventos ?

E novamente nota-se a expectativa de crescimento, pois **39%** dos respondentes informaram que esse número é maior que no ano anterior e **54%** esperavam novo crescimento em 2020.

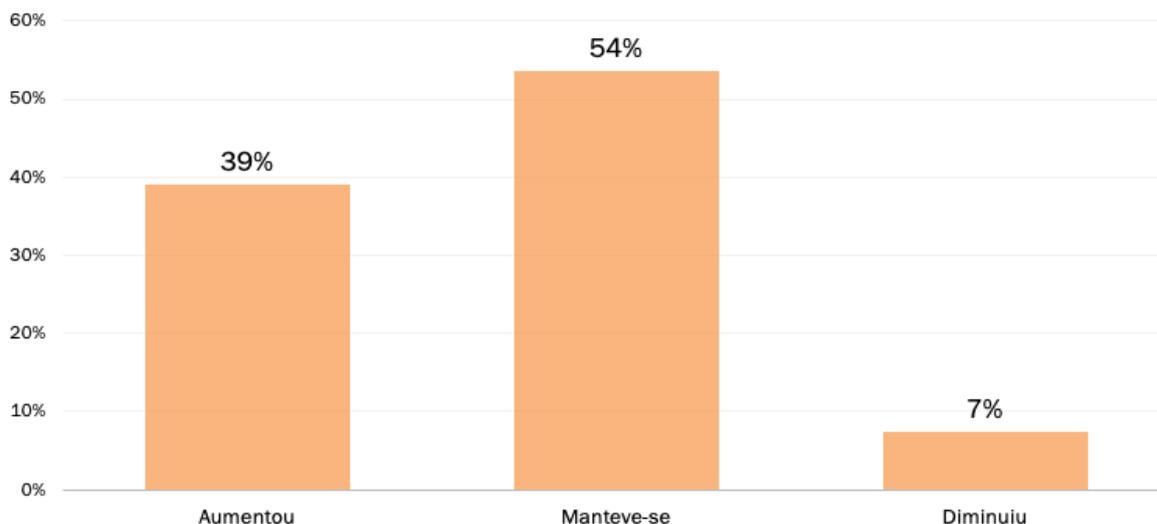


Gráfico 32: Como se compara o número desses pequenos e médios eventos em relação a 2018 ?

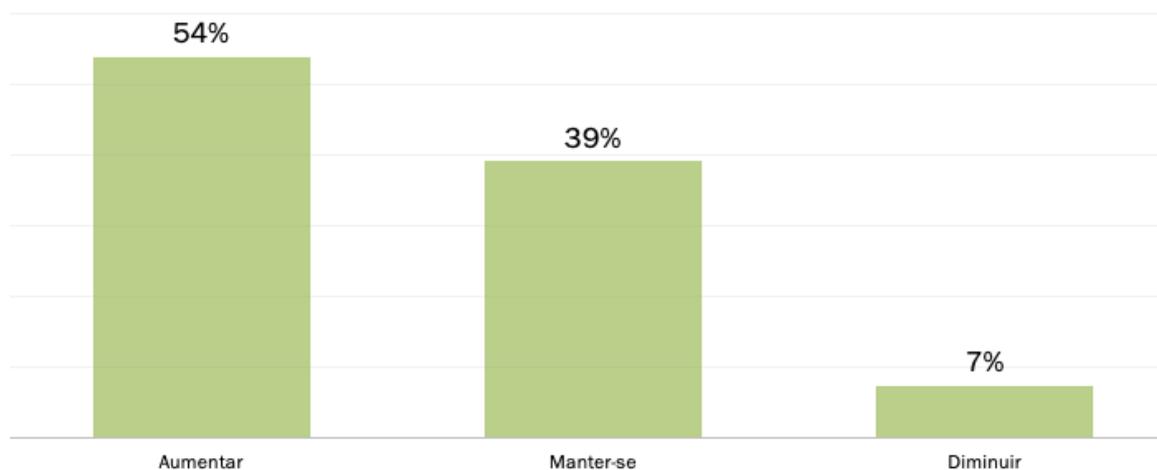


Gráfico 33: A projeção de eventos pequenos e médios para 2020 é no sentido de:

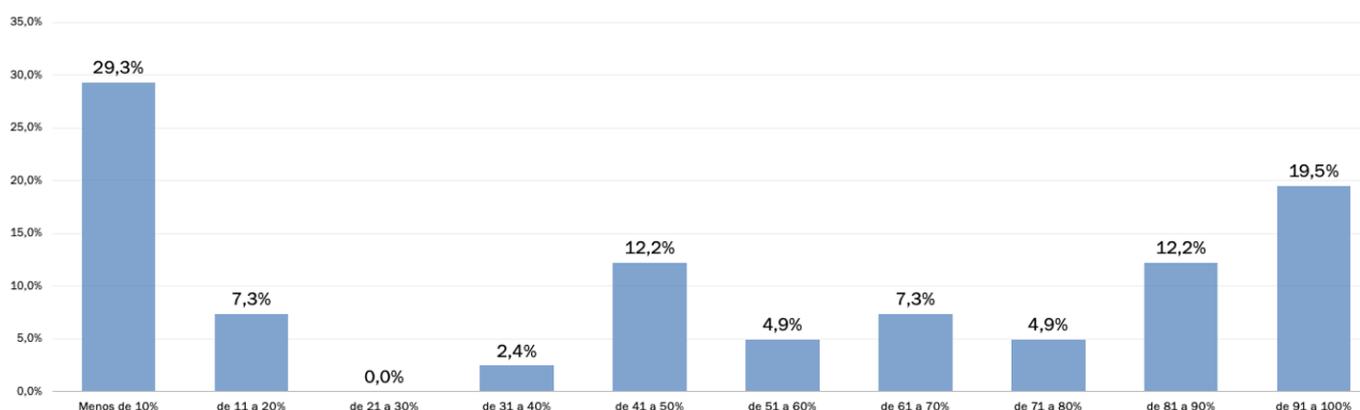


Gráfico 34: Qual percentagem desses pequenos e médios eventos é regional ?

EVENTOS

Financeiro



PATROCÍNIOS E ESTANDES

São as maiores fontes de receitas de eventos



CUSTO

Já o local, infraestrutura, A&B e conteúdo são os principais itens de custo

56 % das entidades consultadas informaram que o orçamento de seus eventos correspondem a menos que R\$ 1.000.000 ao ano. Já **16%** contam com orçamentos maiores que R\$ 5.000.001. Ao avaliarmos os respondentes não encontramos relação com setores específicos entre médicos ou não médicos.

A força dos eventos associativos está diretamente relacionada à necessidade de encontros de sua comunidade, ao esforço daquele promotor em criar esse grande momento e à estratégia implementada para a sua perfeita execução.

Para **73%** das associações, os eventos de 2019 contaram com mesmo ou mais orçamento que a edição anterior e **76%** projetavam orçamentos iguais ou maiores para o ano de 2020.

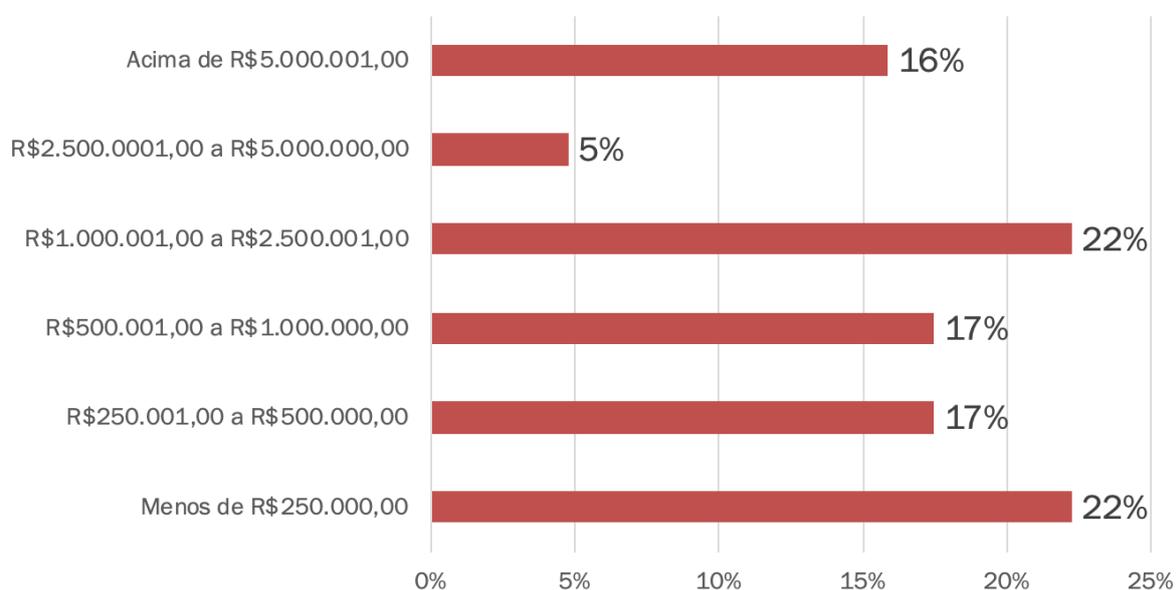


Gráfico 35: Qual foi seu orçamento para eventos em 2019 ?

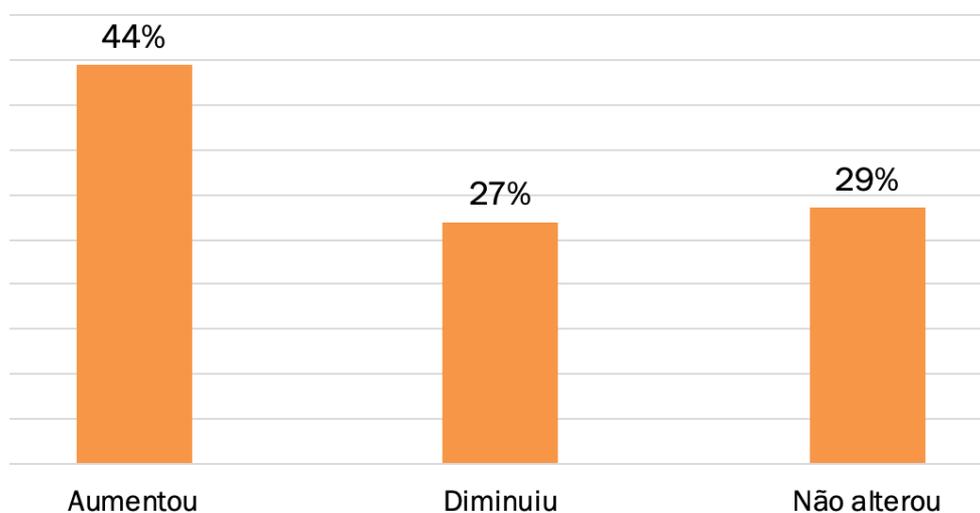


Gráfico 36: Como ficou seu orçamento para eventos em relação a 2018 ?

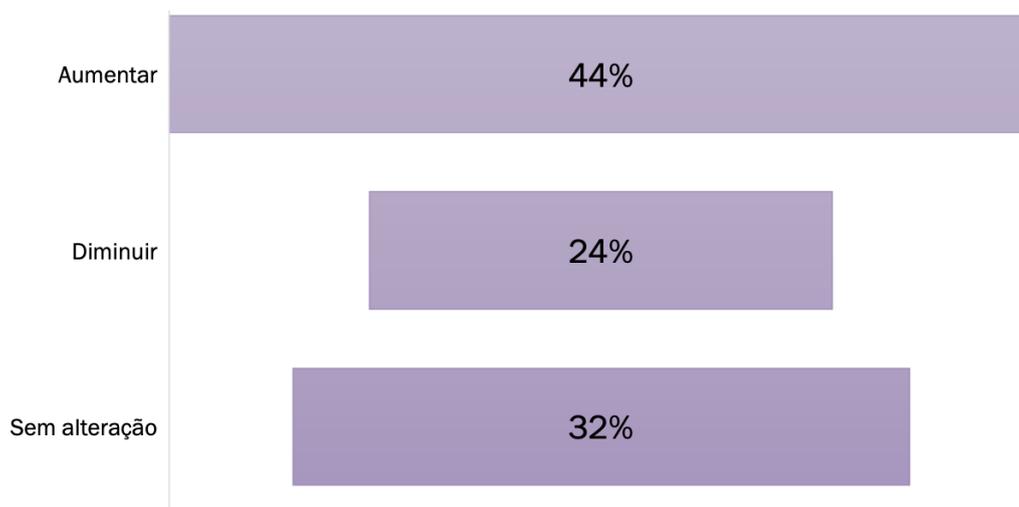


Gráfico 37: Para 2020, a sua previsão é ?

De todo modo, depois de entendermos os números do orçamento dos eventos no geral, questionamos o orçamento de seus MAIORES eventos.

29% das entidades contam com orçamentos superiores a R\$ 1.000.000 enquanto **25%** contam com orçamentos menores que R\$ 250.000.

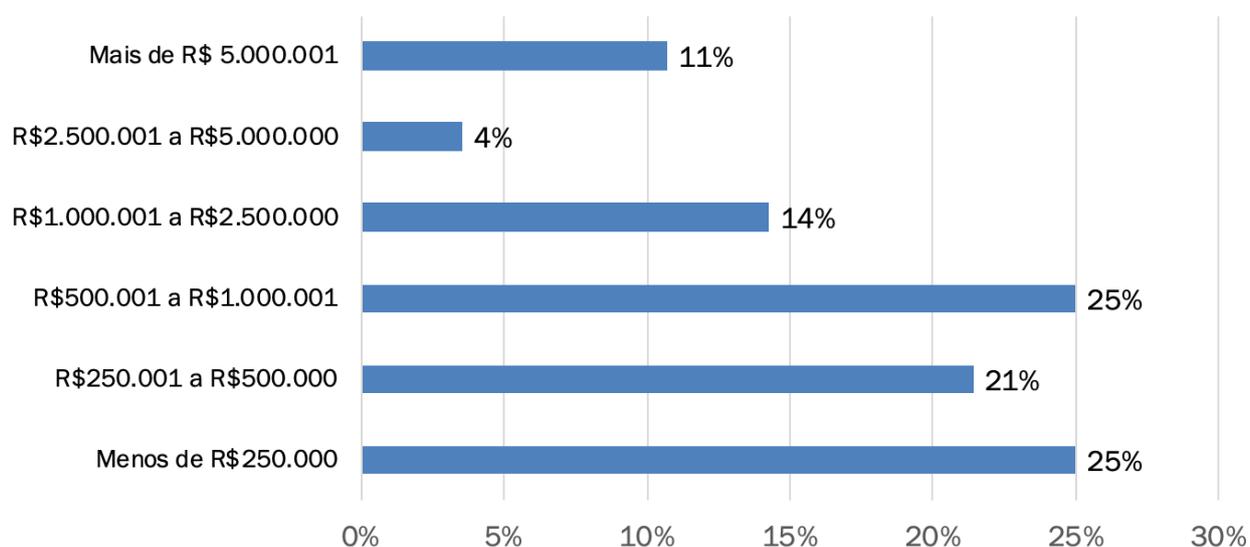


Gráfico 38: Qual o orçamento de seu MAIOR evento em 2019 ?

Chegamos agora em dois dos itens mais relevantes que essa Pesquisa nos traz, qual o percentual de receitas e despesas dos maiores eventos associativos.

Os patrocínios correspondem a **46%**, seguido pela receita oriunda dos expositores (**26%**), seguida de inscrições (**23%**). Importante destacar o quanto há espaço para as associações aproveitarem em atrair novos investimentos com merchandising e ativações de marca dentro de seus eventos.

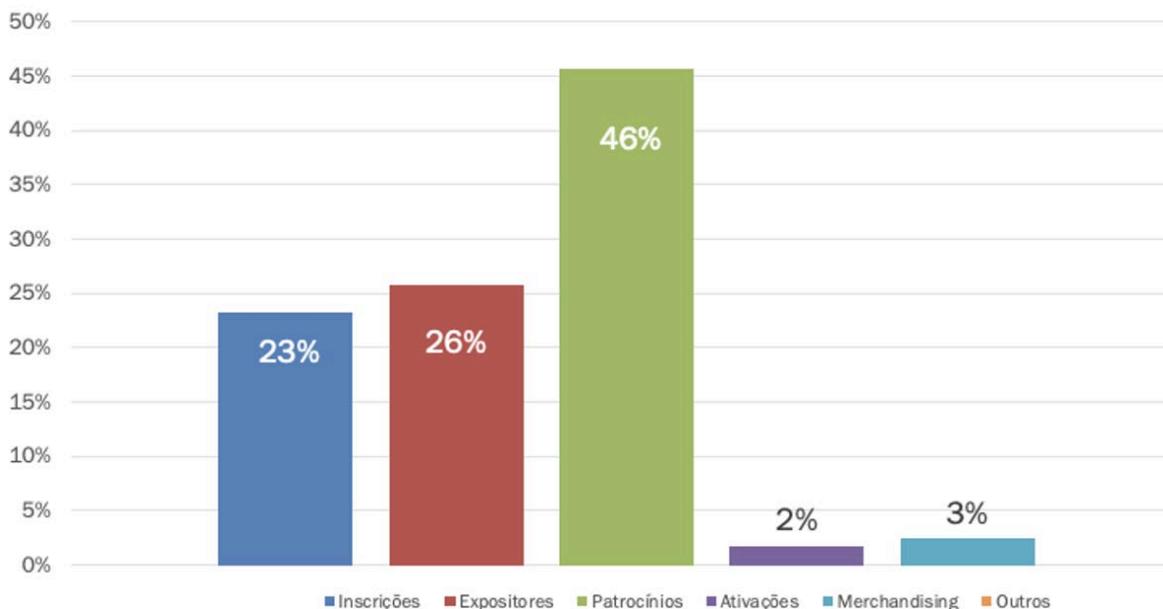


Gráfico 39: Em seu maior evento, qual a participação percentual no faturamento gerada por ?
(Os itens que não impactam no faturamento de sua entidade devem ser assinalados com 00%)

Já com relação aos custos, as despesas mais significativas são Local (16%) e Infraestrutura (17%), seguida por Conteúdo e Logística (12%) e A&B (11%).

Esses dados são riquíssimos e podem ser utilizados como *benchmarking* na formação de orçamentos de novos eventos assim como para comparar com a sua realidade.

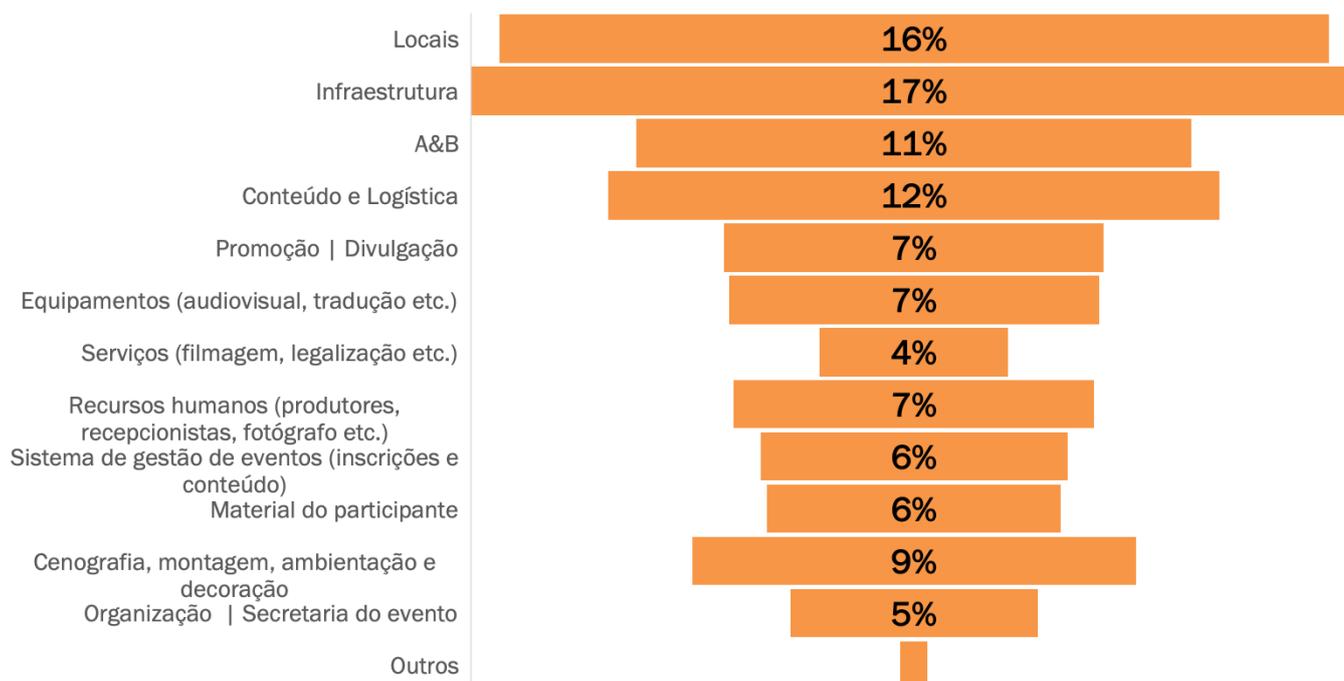


Gráfico 40: Qual a participação nas despesas de cada um dos seguintes itens na composição de suas despesas ?
(Os itens que não impactam na despesa de sua entidade devem ser assinalados com 00%.

A soma dos percentuais deve ser igual a 100%)

EVENTOS

Comunicação | Digital



MÍDIAS SOCIAIS

90% estão presentes

Facebook, **91%**

Instagram, **79%**

Linkedin, **64%**

Youtube, **50%**



TECNOLOGIAS

Whatsapp, **60%**

APP, **53%**

Evento virtual, **45%**



PERÍODO ENTRE EVENTOS

Ferramentas digitais, **67%**

Dissemina conteúdo, **41%**

A forma de comunicar, a multiplicação dos canais, assim como a forma que a Sociedade consome conteúdos mudou significativamente.

Toda essa rápida mudança exigiu novos comportamentos das entidades que buscam engajar seus públicos em suas ações.

Iniciando pelas mídias sociais, questionamos em quais são ativas.

A forma de comunicar, a multiplicação dos canais, assim como a forma que a Sociedade consome conteúdos mudou significativamente.

Toda essa rápida mudança exigiu novos comportamentos das entidades.

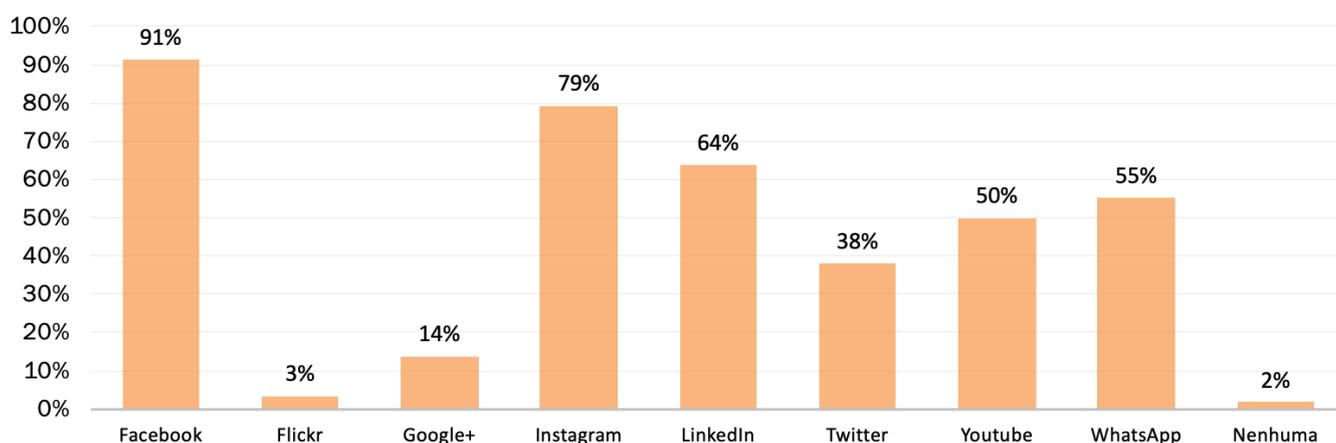


Gráfico 41: Sua entidade é ativa na(s) seguinte(s) rede(s) social(is) ?

A comunicação de eventos não deve ser restritiva, não podemos afirmar que não faremos impresos se parte de nossa Comunidade prefere que esse seja o meio de contato e interação.

O grande segredo não é pensar em tecnologias, mas sim em criar uma estratégia digital que dentre as suas principais características esteja a capacidade de mensurar.

Apresentamos abaixo aquelas que mais vêm sendo utilizadas com as suas respectivas características. Notem que ao centro dessa entrega digital está o APP (aplicativo) do evento.

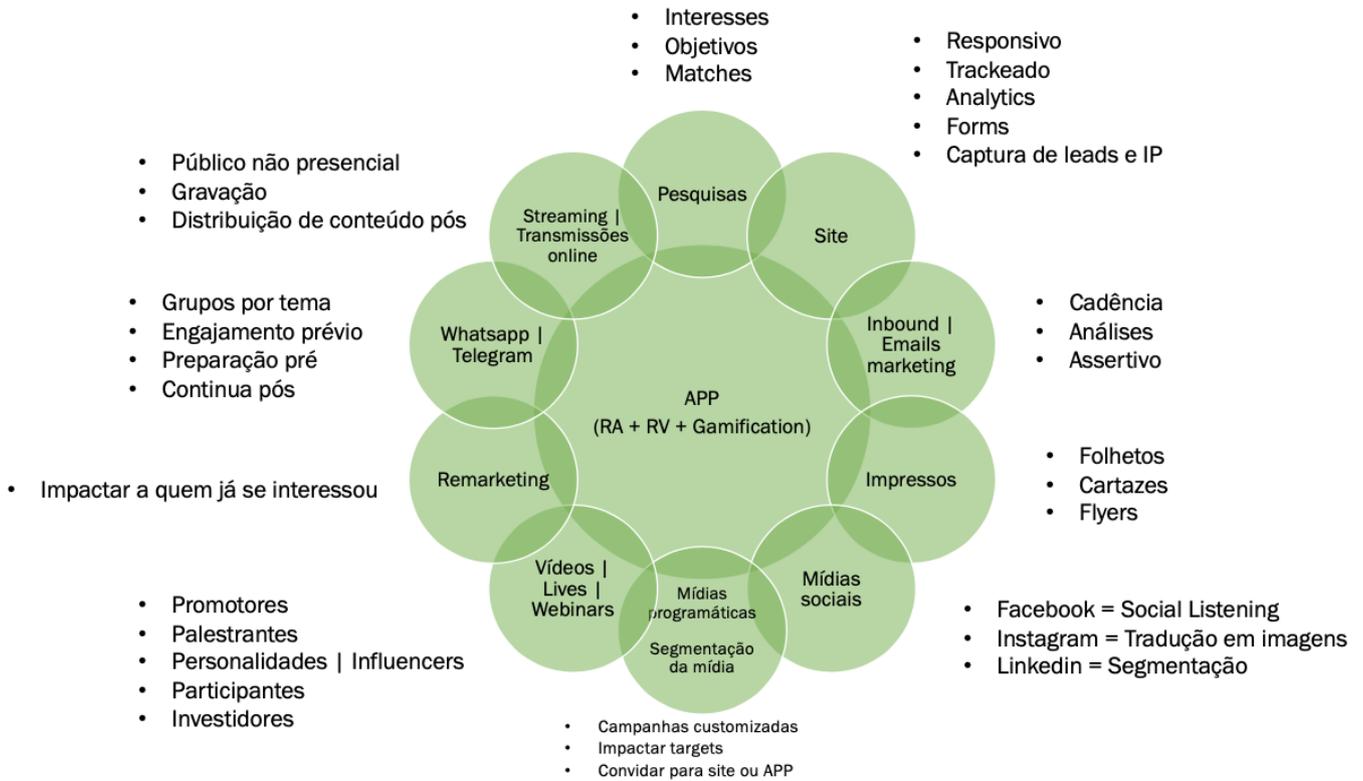


Imagem 2: Estratégia de comunicação ideal para eventos associativos

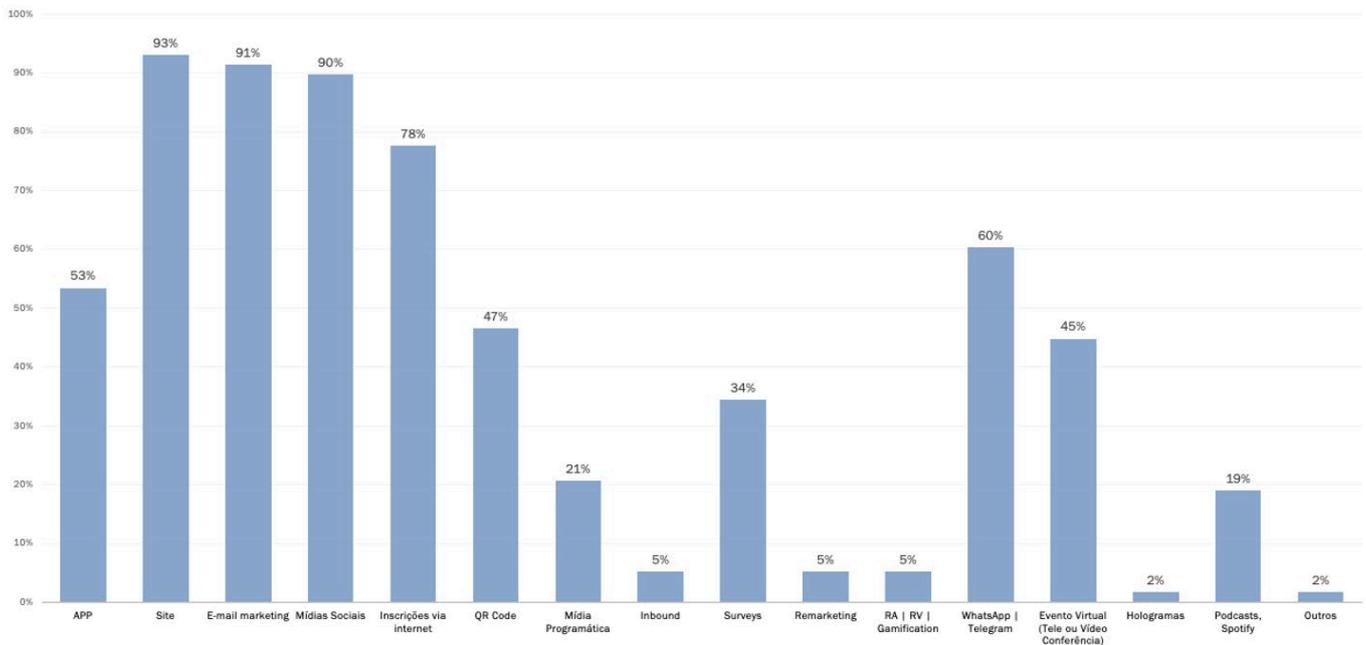


Gráfico 42: Quais das seguintes tecnologias a sua entidade utiliza ?

Por muitas vezes o raciocínio presente é que o digital traz novos custos, preferimos convidá-los a refletir que devem ser encarados como excelentes oportunidades de rentabilidade.

Tão relevante quanto utilizar-se de estratégia digital é fazer com que ela traga rentabilidade e garantam entregas mais longevas.

Prova disso é que apenas **19%** das entidades rentabilizam com o aplicativo de eventos até o momento.

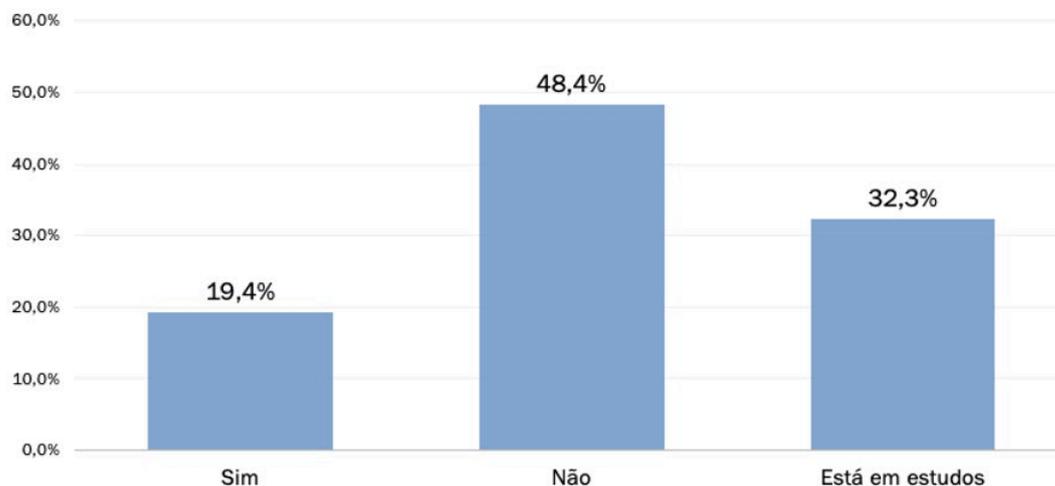


Gráfico 43: Sua entidade rentabiliza com APP ?

Todo evento tem 3 fases: Pré, Durante e Pós. A forma com que cada entidade trabalha cada uma dessas fases é que determinará o sucesso de sua jornada.

É enorme o esforço de mobilização para atrair investidores e os participantes, o que mais desejam é encontrar um local onde se encontram, discutam e façam negócios com seus pares durante o ano todo e não apenas durante poucos dias de um evento.

Já não é mais aceitável que o ciclo de vida apresente a oscilação mostrada no desenho abaixo:



Imagem 3: Ciclos inaceitáveis

Questionamos então como as entidades trabalham esse período entre o término da edição corrente até o início da próxima. **22%** dos respondentes não trabalham a comunicação nesse intervalo de tempo, já os demais se utilizam de estratégia digital e disseminando o conteúdo.

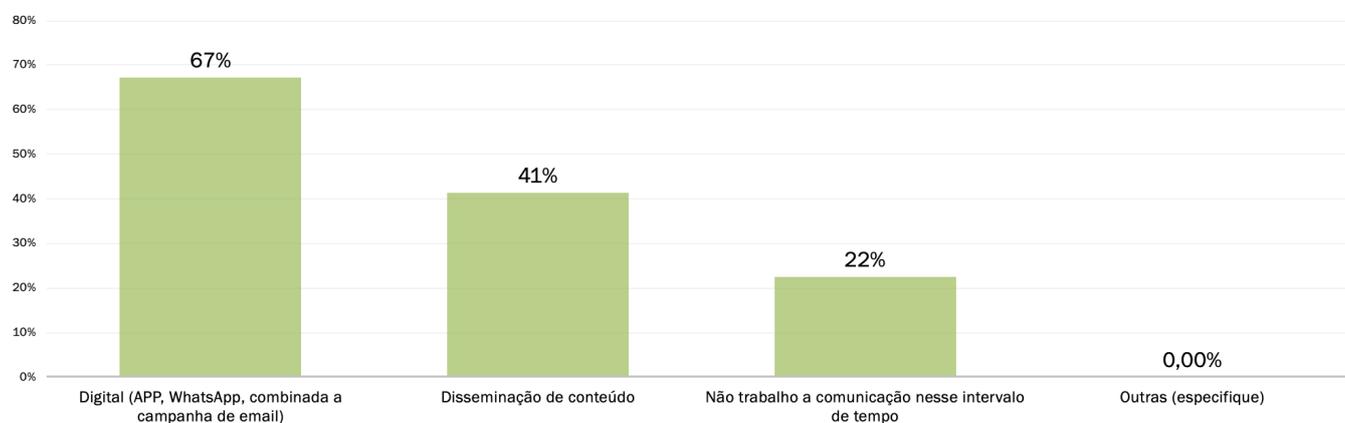


Gráfico 44: Como trabalha a comunicação de seus eventos no período entre o fim da edição corrente até iniciar a campanha do próximo ?

TRABALHOS TÉCNICOS

A grade da programação dos eventos associativos é formada por participações de convidados em Conferências, Mesas Redondas e demais atividades, assim como pelo convite feito para que qualquer pessoa interessada apresente o seu trabalho técnico, que no horizonte dos Congressos Médicos são chamados de Temas Livres.

85% das entidades que responderam essa pergunta afirmam que o número vem se mantendo (**39%**) ou aumentando (**46%**), o que é comprova a relevância da pesquisa em nosso País.

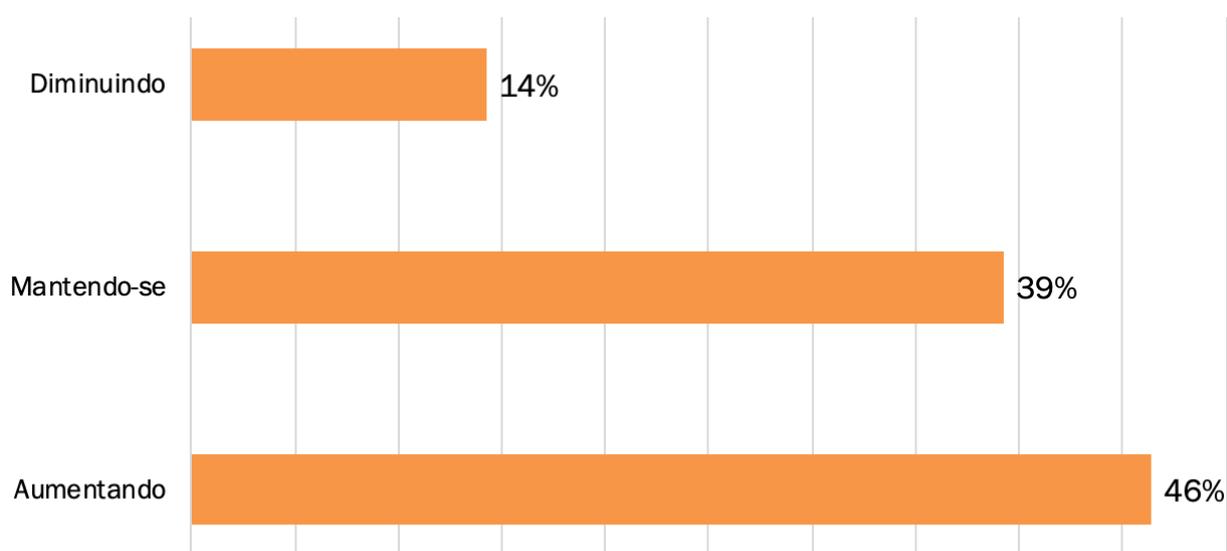


Gráfico 45: O número de trabalhos técnicos está ?

EVENTOS

Exposição Paralela Feira de Negócios



TODAS REALIZAM

Até 1.000 m², **50%**

Acima de 10.000 m², **18%**



NÚMERO DE EXPOSITORES

Menos que 50, **64%**

Entre 51 e 250, **65%**

Acima de 251, **11%**

Aumentou comparado à edição anterior, **25%**



VISITANTES

Entre 100 e 2.500, **68%**

Entre 2.501 e 5.000, **8%**

Entre 5.001 e 10.000, **8%**

Acima de 25.000, **7%**



TENDÊNCIAS

Número de expositores aumentaria na edição seguinte, **50%**

Número de visitantes cresceria na edição seguinte, **46%**

As Feiras de Negócios, por vezes também chamadas de Exposições Técnicas Paralelas, são o local de encontro entre empresas fabricantes de produtos, prestadores de serviços, intermediadores de negócios, financiadores, entidades do terceiro setor, entre outros.

Já vimos no capítulo Financeiro o quão são importantes no horizonte das receitas, mas devemos também lembrar que todo evento associativo tem por objetivo, além da disseminação do conhecimento, o fomento aos negócios dentro de seus respectivos setores.

Neste capítulo, nos dedicamos a entender o tamanho da grande Feira / Exposição, o número de visitantes e de expositores sempre comparando com a edição anterior e projetando a próxima.

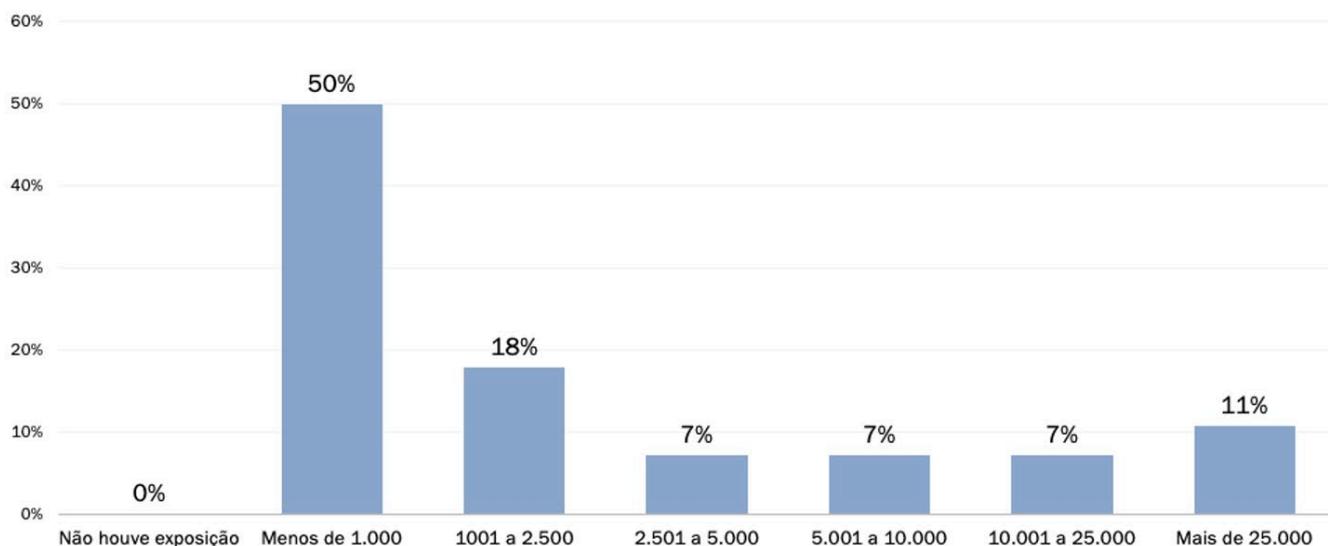


Gráfico 46: Quantos metros quadrados teve a sua última grande Exposição ?

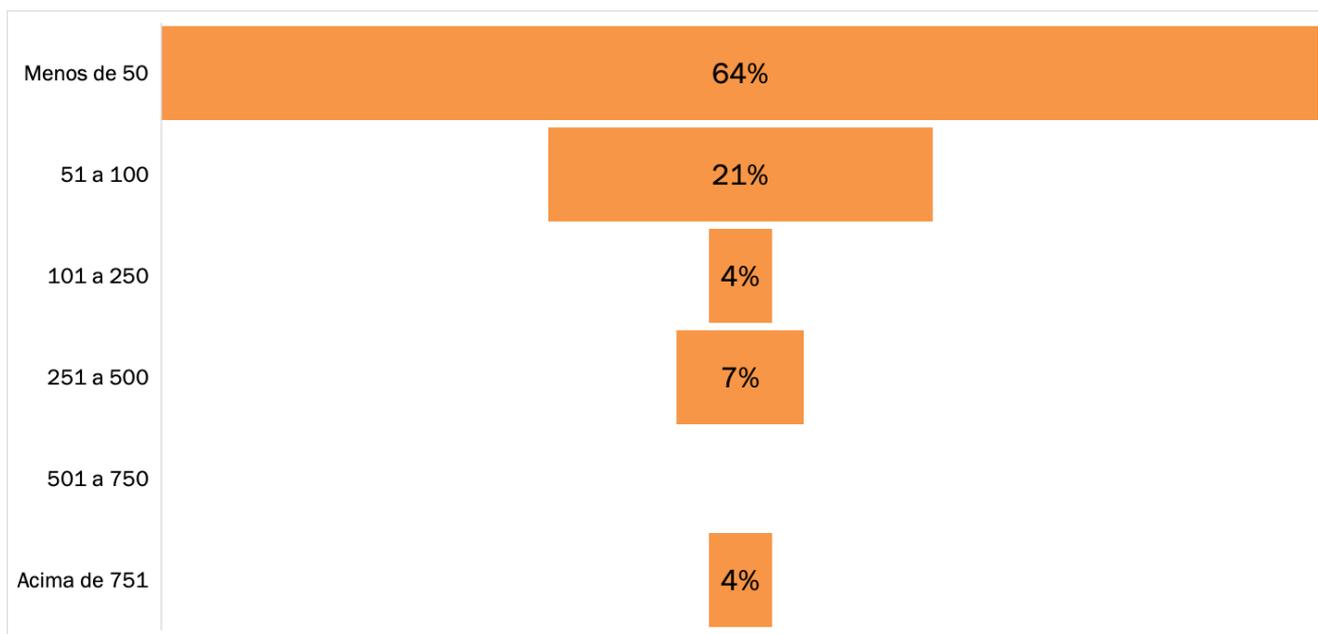


Gráfico 47: Qual a quantidade de expositores em sua última grande exposição ?

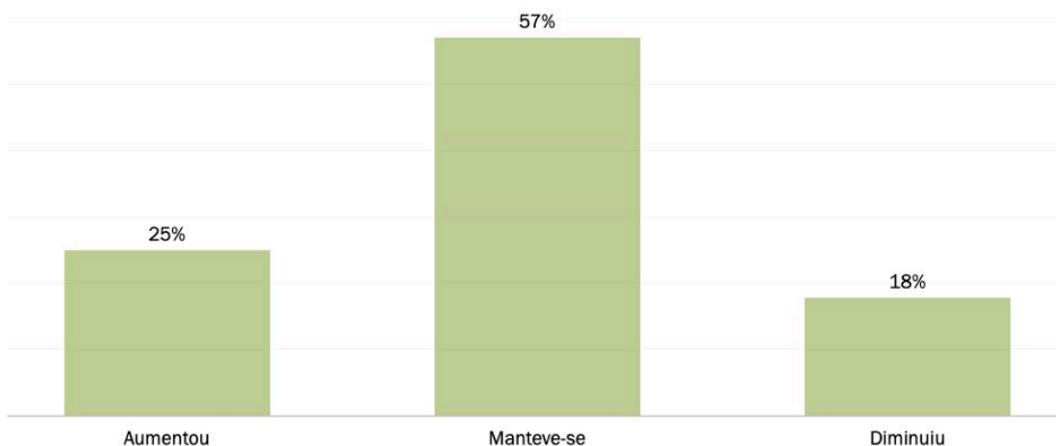


Gráfico 48: Em relação ao número de expositores, como se compara sua última grande exposição em relação à edição anterior ?

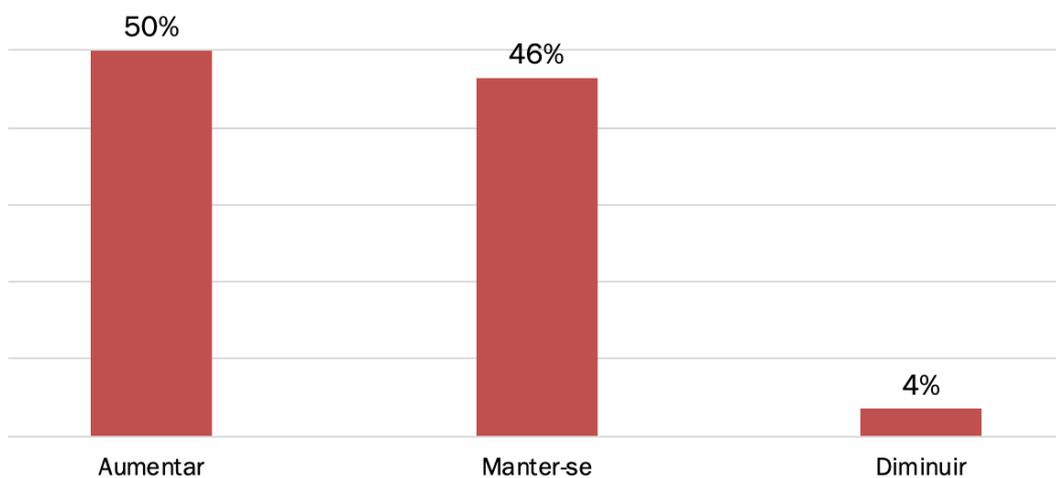


Gráfico 49: Qual sua projeção de expositores para a próxima edição ?

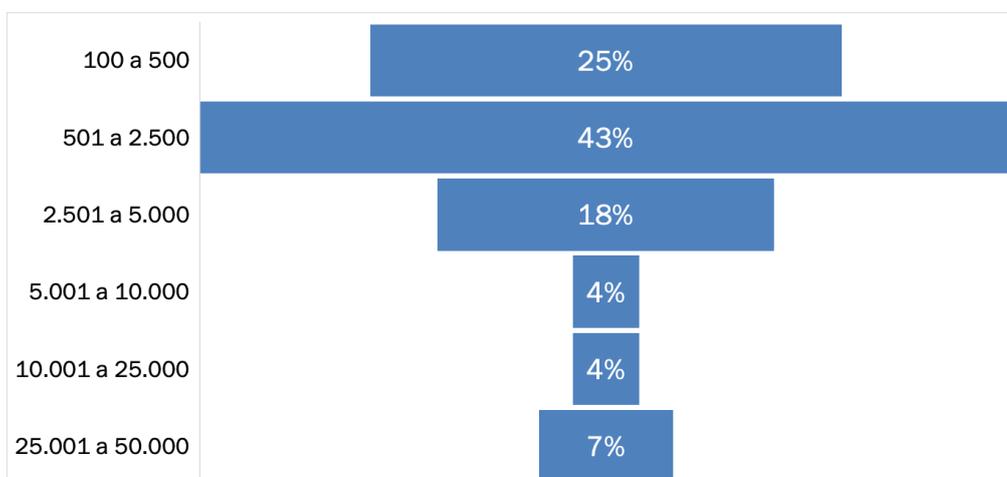
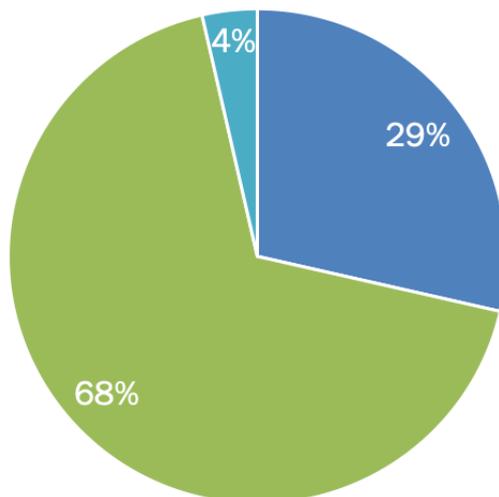


Gráfico 50: Qual o número de visitantes em sua última grande exposição ?



■ Aumentou ■ Manteve-se ■ Diminuiu

Gráfico 51: Em relação ao número de visitantes de sua maior exposição, como se compara seu último grande evento em relação à sua edição anterior ?

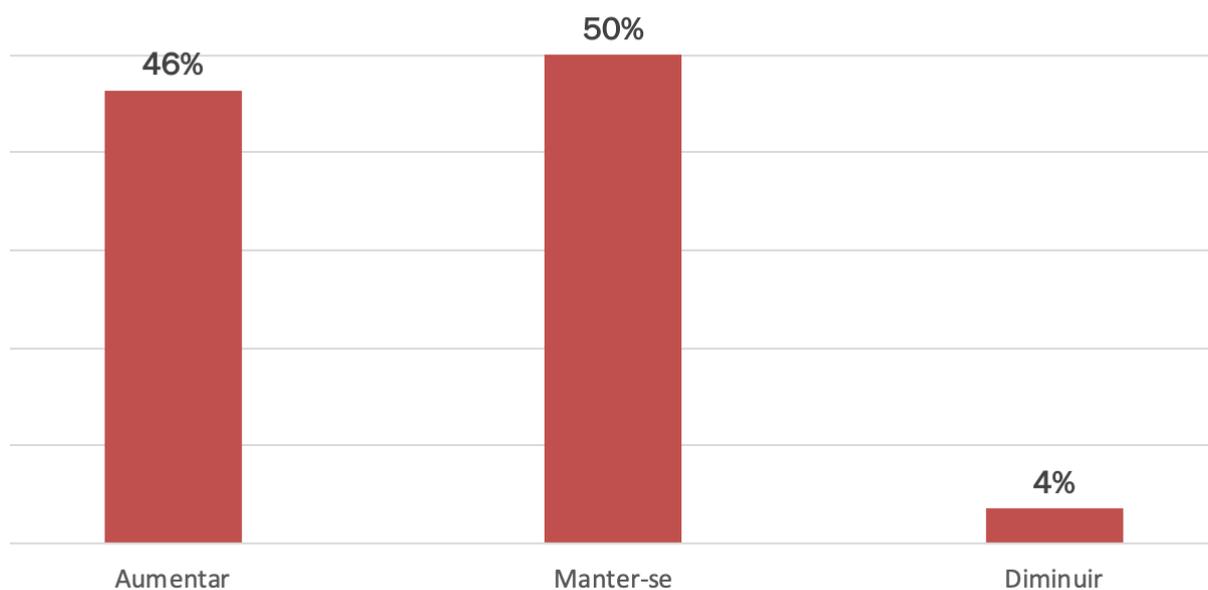


Gráfico 52: Qual sua projeção de visitantes para a próxima edição desse mesmo evento ?

EVENTOS

Terceirizações



FRAGMENTAÇÃO DE TERCEIRIZAÇÕES

Diferentes fornecedores contratados para realizar as atividades do evento. **31%** contratam organizadores para o serviço completo.



AGÊNCIA DE VIAGENS

É o serviço mais terceirizado, **64%**



SATISFAÇÃO

Serviços contratados mais bem avaliados; Inscrições e Gestão de Conteúdo (**20%** ambos)

Itens mais bem avaliados nas organizadoras: Gestão (**73%**), Criação (**69%**), Valor Cobrado (**65%**)

A terceirização de serviços e a satisfação obtida são os questionamentos que trouxemos às entidades neste capítulo da Pesquisa, neste caso direcionado aos serviços relacionados ao setor de eventos.

Os três serviços que as associações mais terceirizam são: Agência de viagens (**64%**), Produção, contratação de fornecedores (**55%**) e Inscrições (**30%**). 17% das entidades afirmam que não terceirizam nenhum serviço.

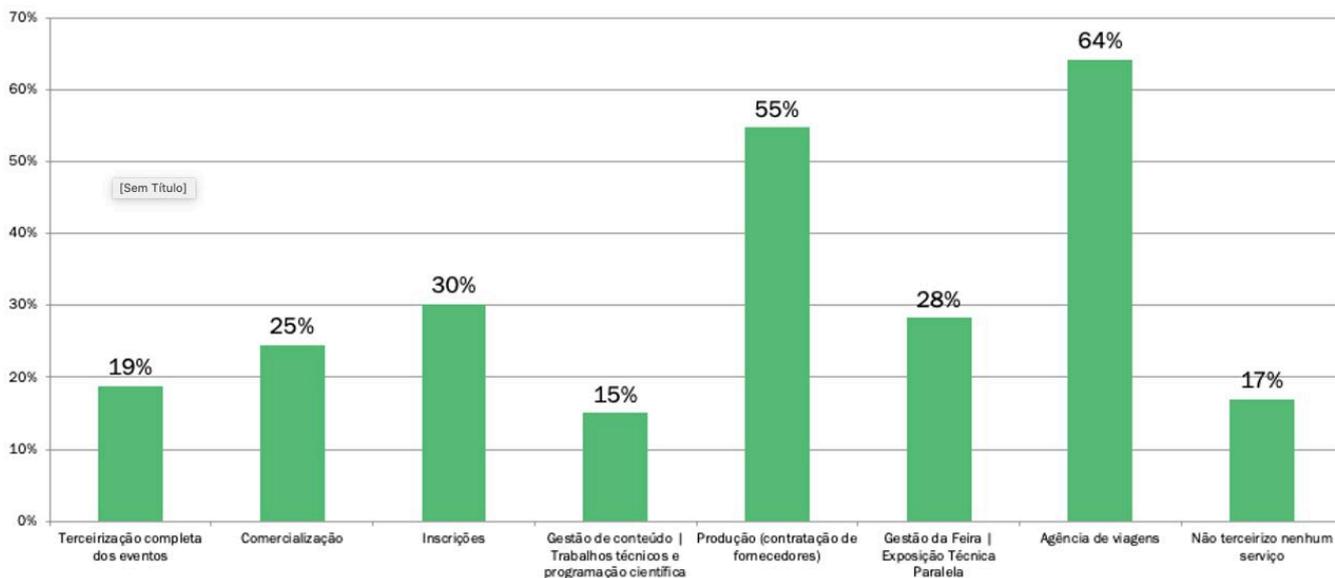


Gráfico 53: Qual dos seguintes serviços sua entidade terceiriza ?

O serviço terceirizado mais bem avaliado é Agência de Viagens, que entre notas Excelente e Ótimo somam **34%**.

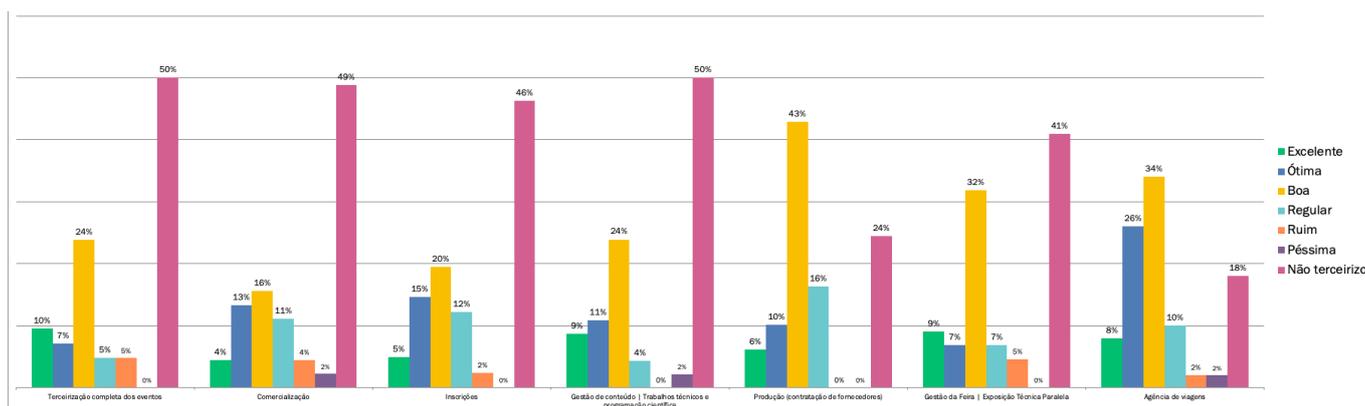


Gráfico 54: Qual sua avaliação destes terceirizados ?

A Pesquisa ainda nos mostrar que **80%** das Associações não desejam contratar outros serviços. **20%** apontam serviços que gostariam de contratar no gráfico abaixo.

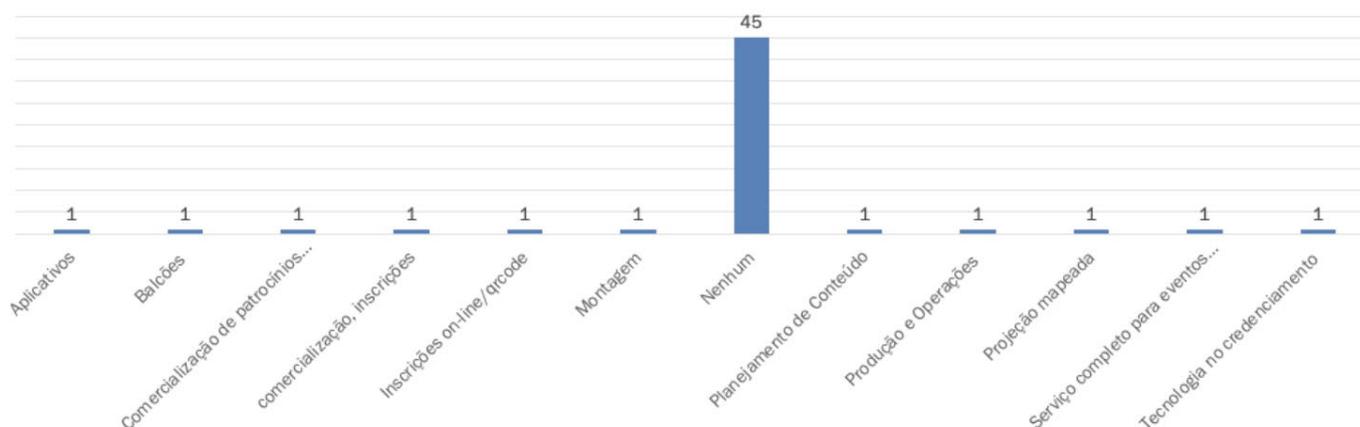


Gráfico 55: Quais são os serviços que gostariam de contratar, mas que ainda não encontraram fornecedores no mercado ?

Questionamos ainda se contratam organizadoras de eventos, **31%** afirmam que sim, sempre, o que nos faz entender que todos os eventos são geridos por empresas contratadas com esse propósito. Outras **12%** nunca contratam organizadores e as demais apenas em determinados eventos.

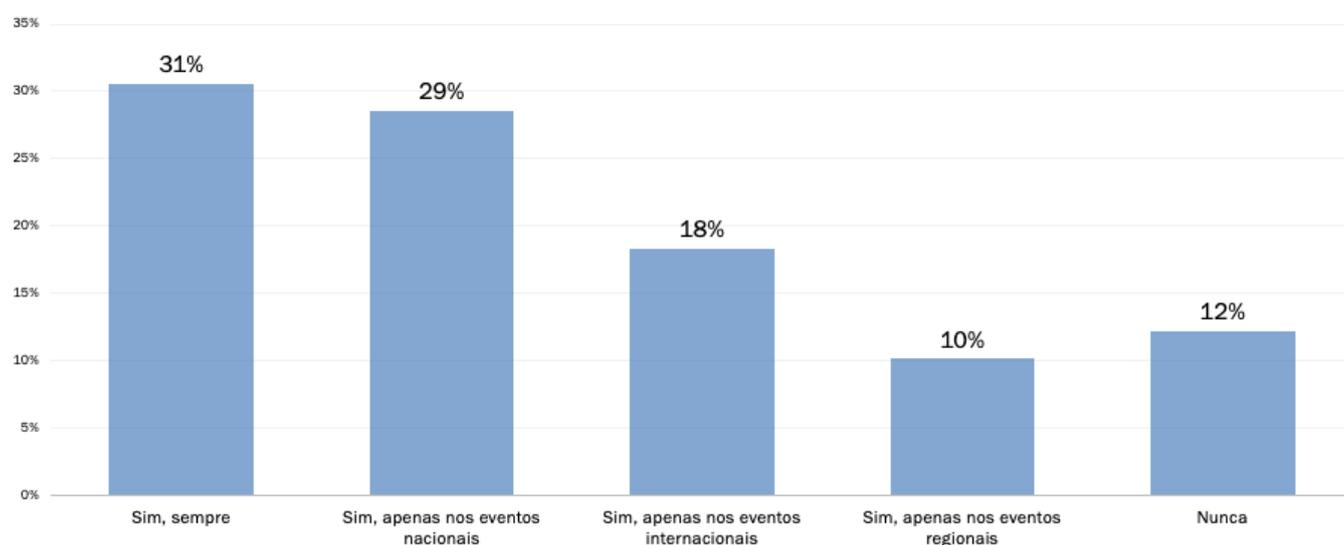


Gráfico 56: Seus eventos são executados por organizadores de eventos contratados para este fim ?

Dentro das organizadoras, o serviço de gestão é o que conta com o maior volume de notas Excelente e Ótimo, **73%**.

Já aqueles que contaram com o menor porcentual de notas entre Excelente e Ótimo foi Resultado Financeiro, **49%**.

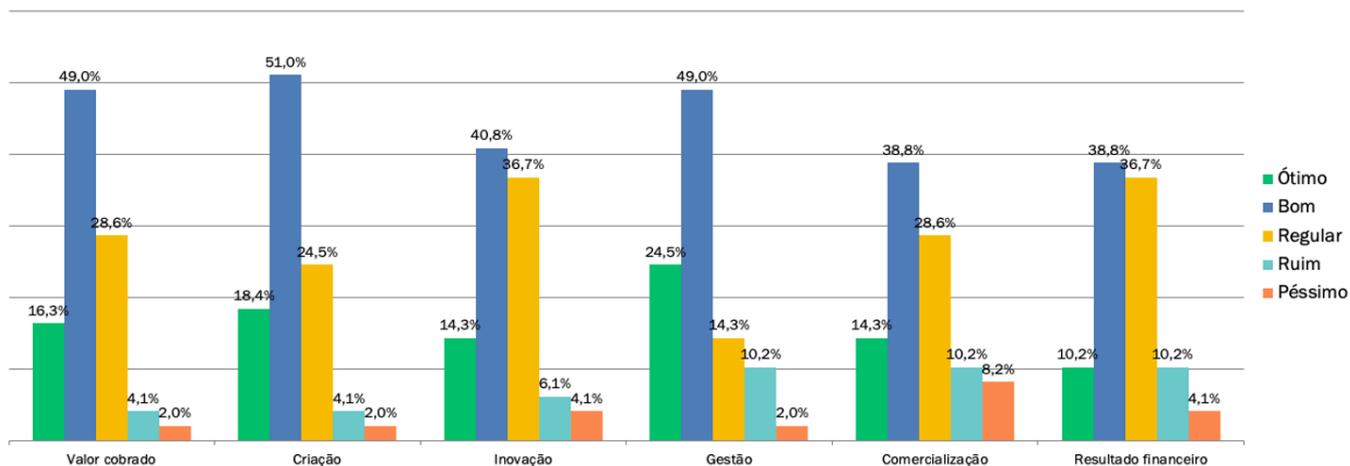


Gráfico 57: Como Você avalia os organizadores de eventos com quem já trabalhou ?

São várias as associações do setor de eventos que reúnem empresas organizadoras e prestadores de serviços relacionados a eventos.

32% das entidades consultadas afirmam que as consultam (sempre e as vezes) como referência para a contratação de empresas organizadoras e prestadores de serviços.

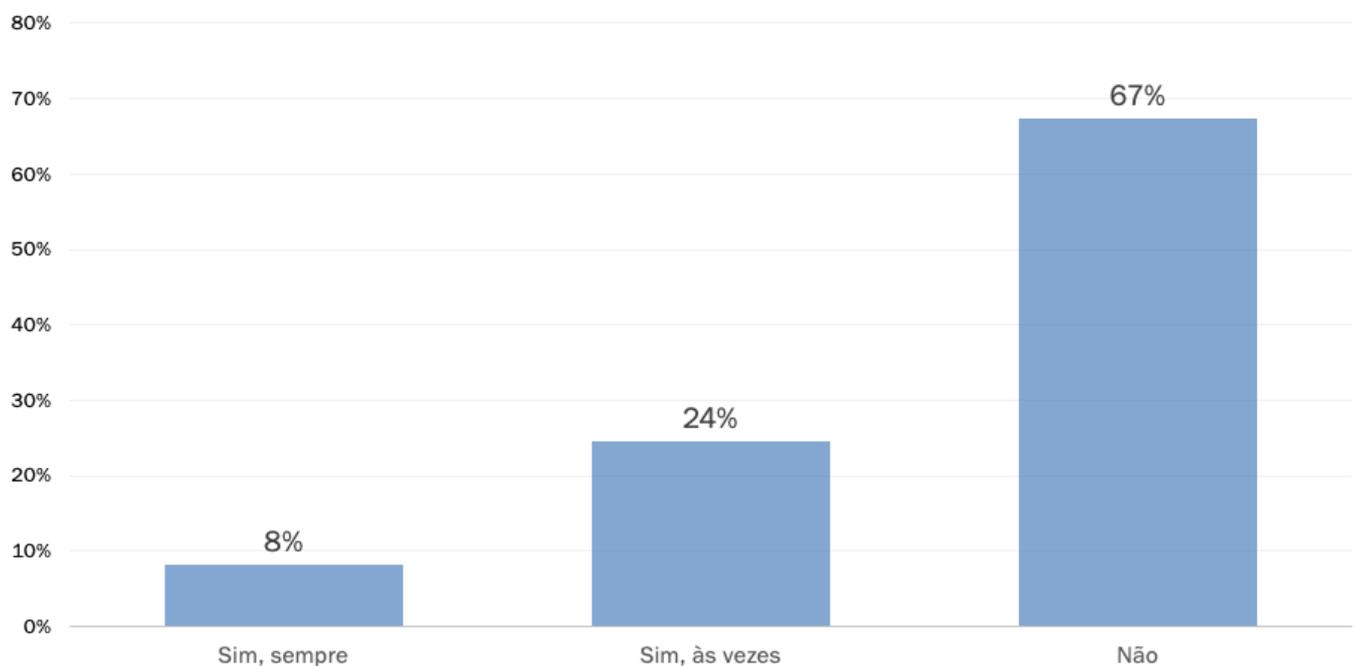


Gráfico 58: Você utiliza alguma associação do setor como referência para a contratação de empresas organizadoras e prestadoras de serviços para seus eventos ?

EVENTOS

Hospedagens



PERNOITES

> 2.500, **15%**

< 100, **55%**



MEIOS DE HOSPEDAGENS

Categoria intermediária, **79%**

Resorts e Hotéis de Luxo, **34%**



RESERVAS

Via agência de viagens, **43%**

Participantes buscam diretamente, **21%**

Credenciam meios de hospedagens, **17%**

Como vimos no capítulo de Período, os eventos associativos acontecem em meses distintos ao Turismo de Lazer. A sua relevância é justamente a capacidade de preencher a sazonalidade do destino ocupando a rede hoteleira no momento de baixa do Turismo convencional.

Quando questionamos a quantidade de pernoites geradas pelos eventos no ano de 2019 a resposta de **38%** foi menos que 50. Porém, ao fazermos uma associação com o gráfico 61 onde vemos que **43%** terceirizam via agência de viagens e os outros **38%** credenciam meios de hospedagens ou deixam os participantes livres para escolher nos permite entender que essa é a quantidade de pernoites que a entidade fica responsável por contratar e pagar.

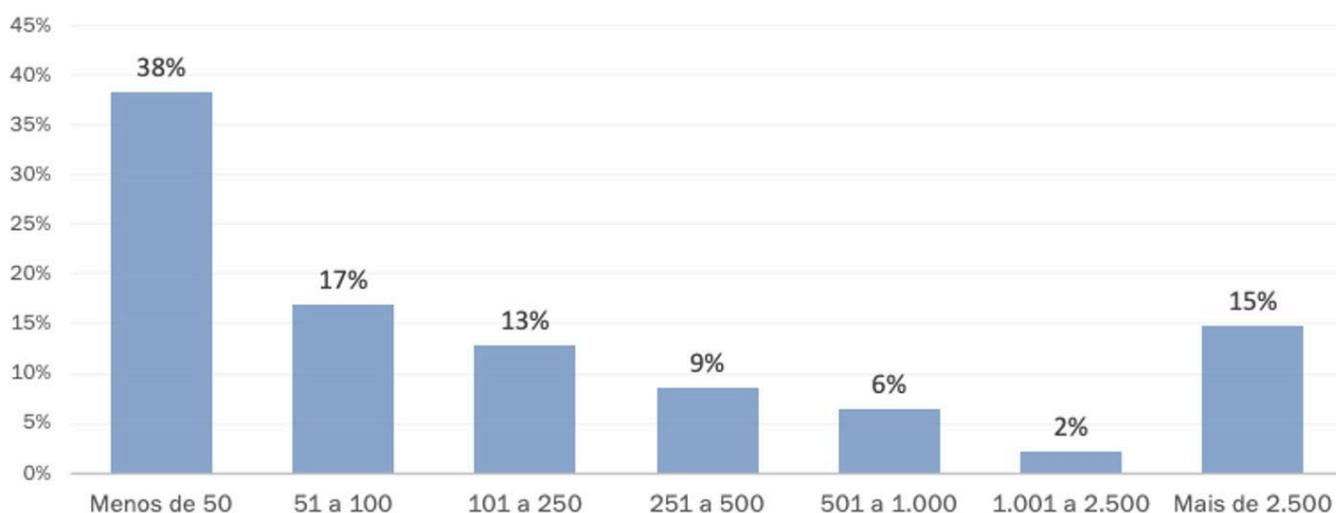


Gráfico 59: Qual a quantidade de pernoites gerados por seus eventos em 2019 ?

Vejam que o meio de hospedagem mais utilizado pelos participantes de eventos é hotel de categoria intermediária (**79%**) seguido dos resorts e hotéis de luxo (**34%**). Isso mostra a força e a relevância dos eventos associativos na ocupação de hotéis com tarifas mais altas dentro dos destinos.

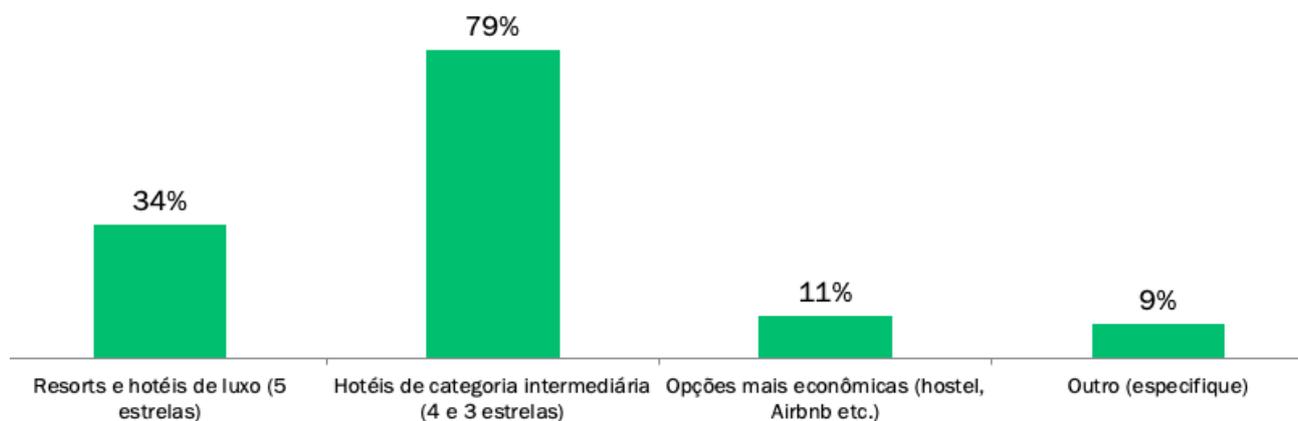


Gráfico 60: Que tipo de instalação hospedou os participantes dos eventos de sua entidade ?

- › **52%** trabalham com agências de viagens, entre **43%** escolhidas para o evento e **9%** a mesma que atende a Associação
- › **2%** integrado com o sistema de inscrições, o que não nos permite entender se o fazem de forma terceirizada ou se administram internamente.
- › **38%** credencia hotéis ou deixa os participantes livres para que busque opções diretamente, sem intermediação
- › **9%** que responderam outros, mencionam:
 - › Negociações diretas feitas por parceiros locais
 - › Entre outras respostas

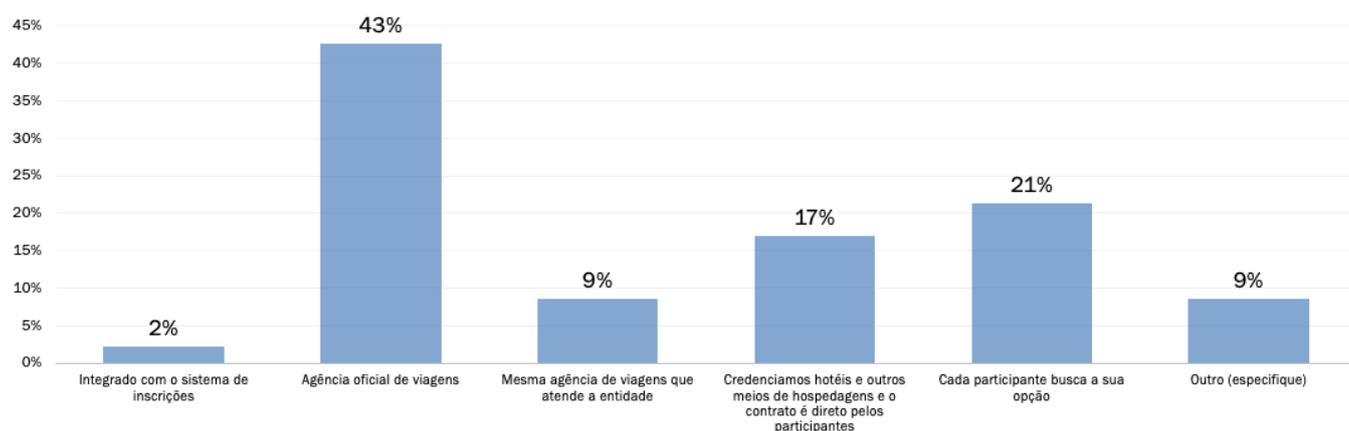


Gráfico 61: Como são efetuadas as reservas de hotéis para os participantes ?

Já quanto a satisfação do processo de reserva de hotéis, **71%** escolheram entre Bom e Ótimo. Curioso é o fato que nenhuma considera Excelente e tão pouco Péssimo.

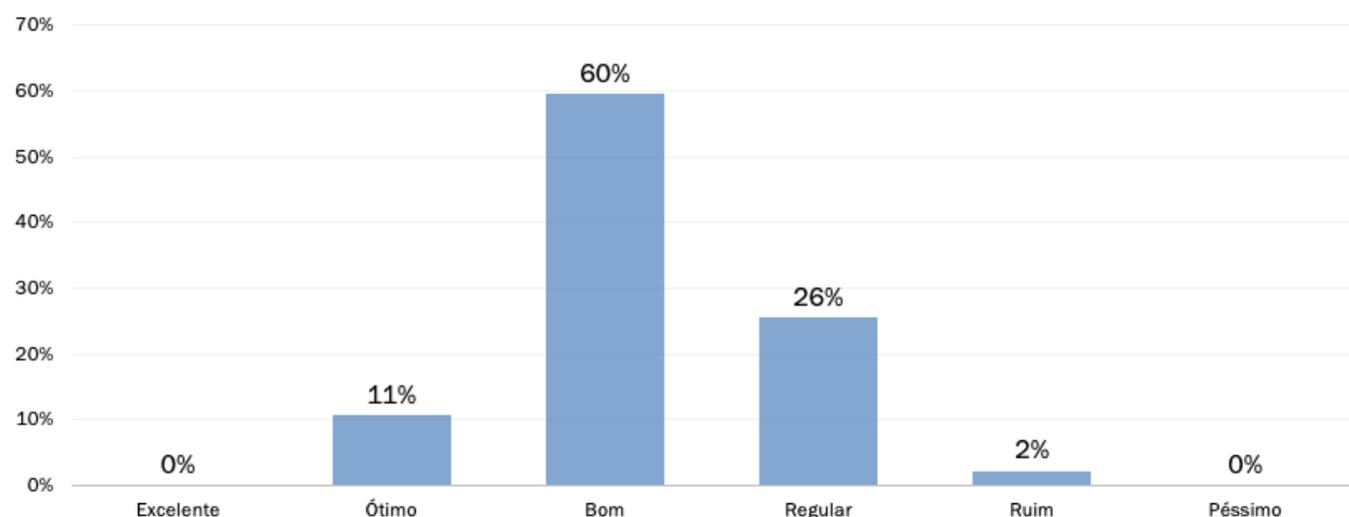


Gráfico 62: Qual a avaliação sobre o processo de reserva de hotéis ?

EVENTOS

Destinos



DESTINOS

62% das entidades fazem seus eventos em diferentes destinos



EVENTOS ITINERANTES

67% manterão seus eventos itinerantes. E quanto aos destinos que estão sendo considerados, Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo são aqueles mencionados por mais que **40%**.



SÃO PAULO

Dentre as entidades que realizam seus eventos em sede fixa, **59%** o fazem em São Paulo



NO EXTERIOR

39% das entidades já realizaram eventos fora do País

32% consideram realizar eventos no Exterior no futuro

Os principais destinos no exterior que estão sendo considerados são: Argentina (**46%**), EUA (**46%**) e Uruguai (**31%**)

62% dos eventos associativos promovidos pelas associações que responderam essa Pesquisa fazem seus eventos de forma itinerante, mudam o destino a cada edição, enquanto **38%** têm sede fixa.

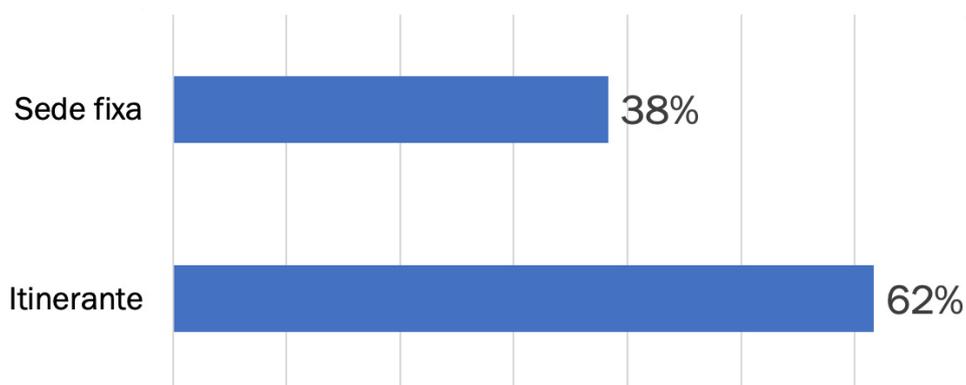


Gráfico 63: Os principais eventos de sua entidade são itinerantes ou tem sede fixa ?

Questionamos se continuarão a realizar seus eventos de forma itinerante, **67%** afirmam que sim enquanto **33%** afirmam que não, que devem passar a ter sede fixa.

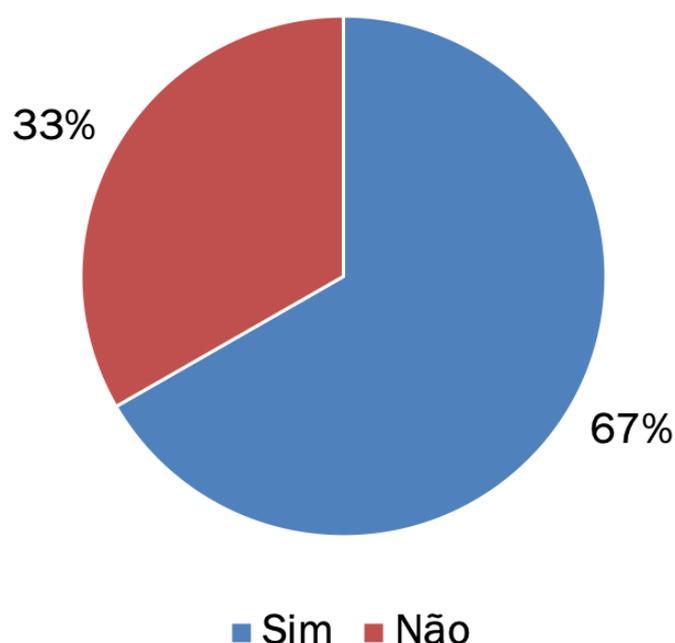


Gráfico 64: Considerando horizonte de 5 anos, a tendência de sua entidade é manter a itinerância ou planeja passar a trabalhar com destinos fixos ?

68% das entidades que responderam a pesquisa afirmam que São Paulo ou é a Sede fixa de seus eventos (59%) ou é uma das cidades por onde os realizam (9%).

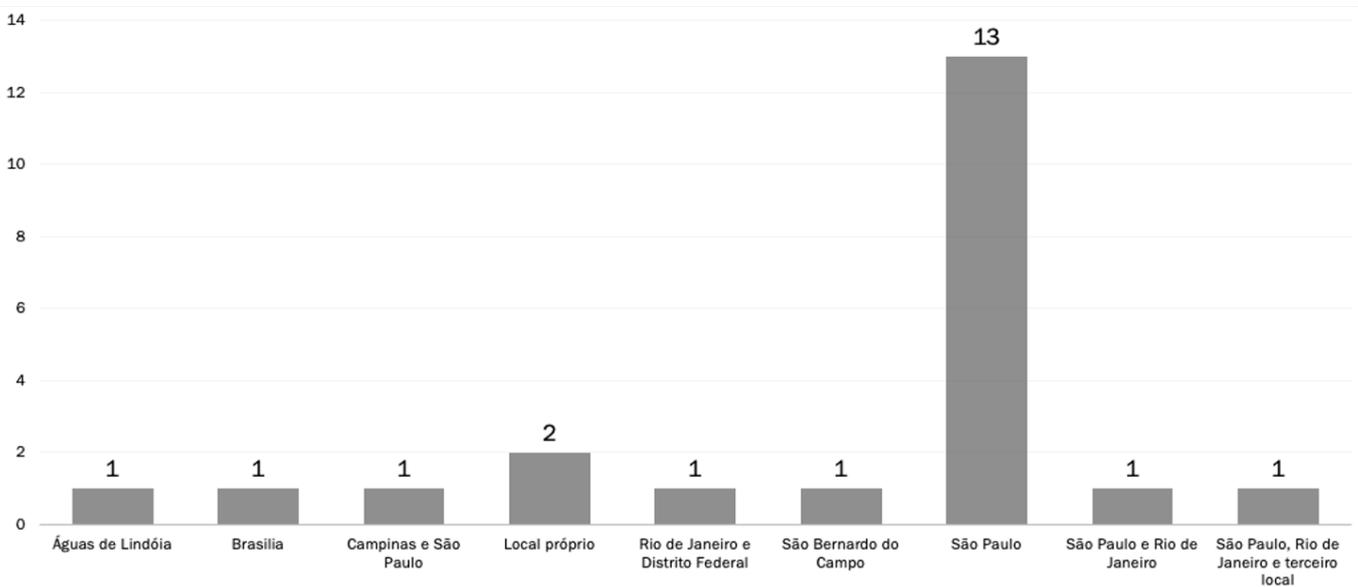


Gráfico 65: Considerando que seu evento é fixo num destino, favor indicar onde se realiza

Já quanto aos eventos itinerantes, os 5 destinos que as associações mais consideram realizar um futuro evento são: São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Curitiba e Belo Horizonte.

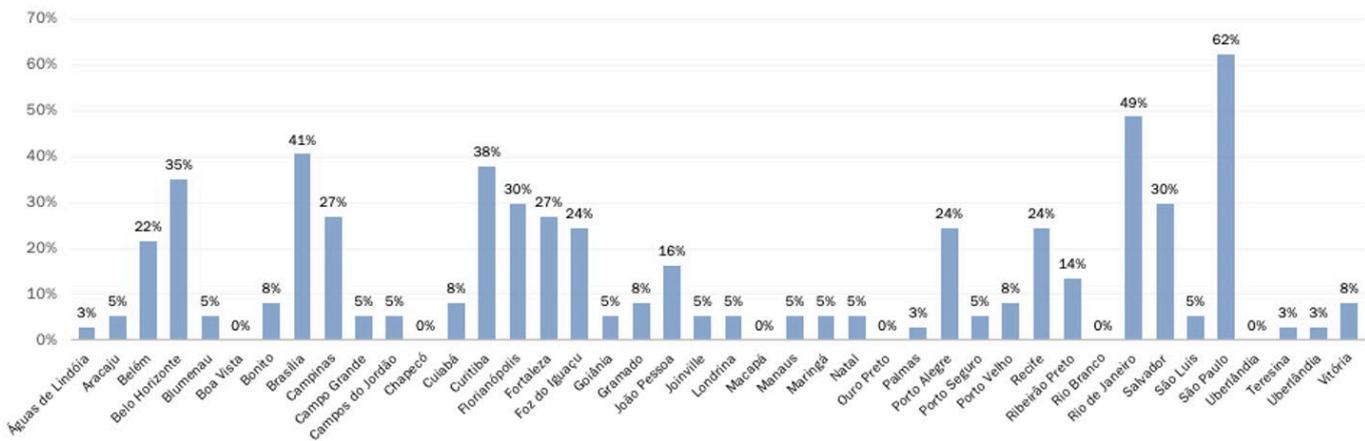


Gráfico 66: Quais destinos estão sendo considerados para um futuro evento dentro do Brasil ?

Apenas 2 entidades informam que já realizaram eventos a bordo. A experiência de uma delas foi ótima enquanto a outra afirma que foi ruim.

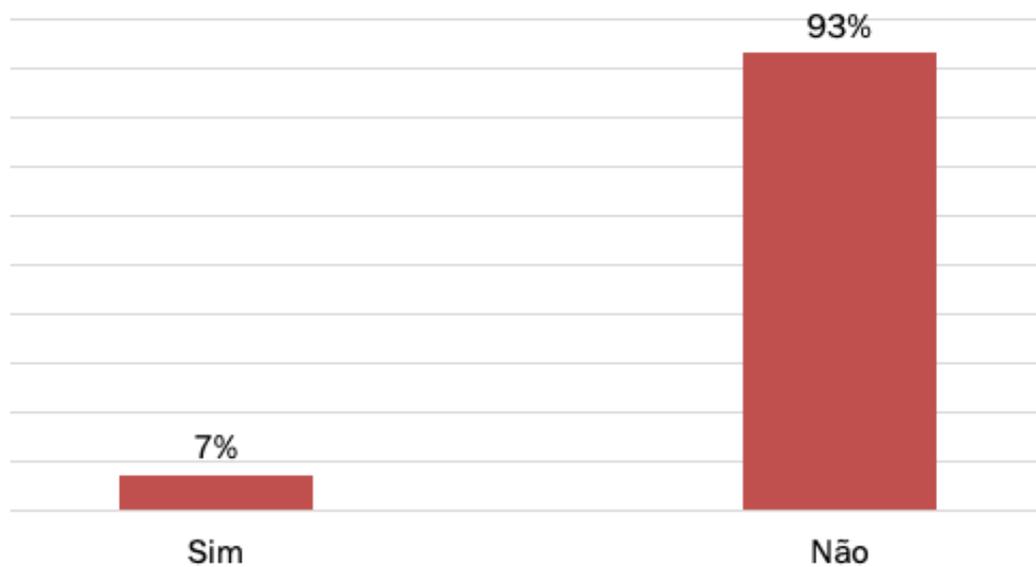


Gráfico 67: Sua entidade já realizou algum evento a bordo ?

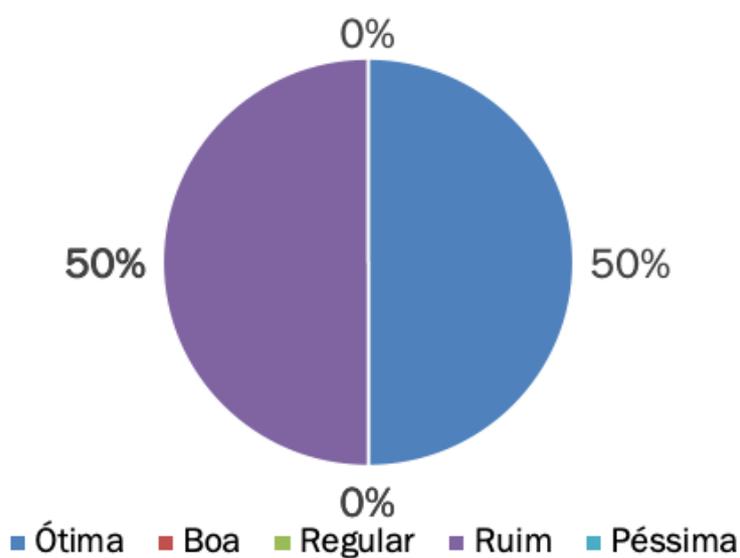


Gráfico 68: A realização do evento a bordo foi considerada uma opção ?

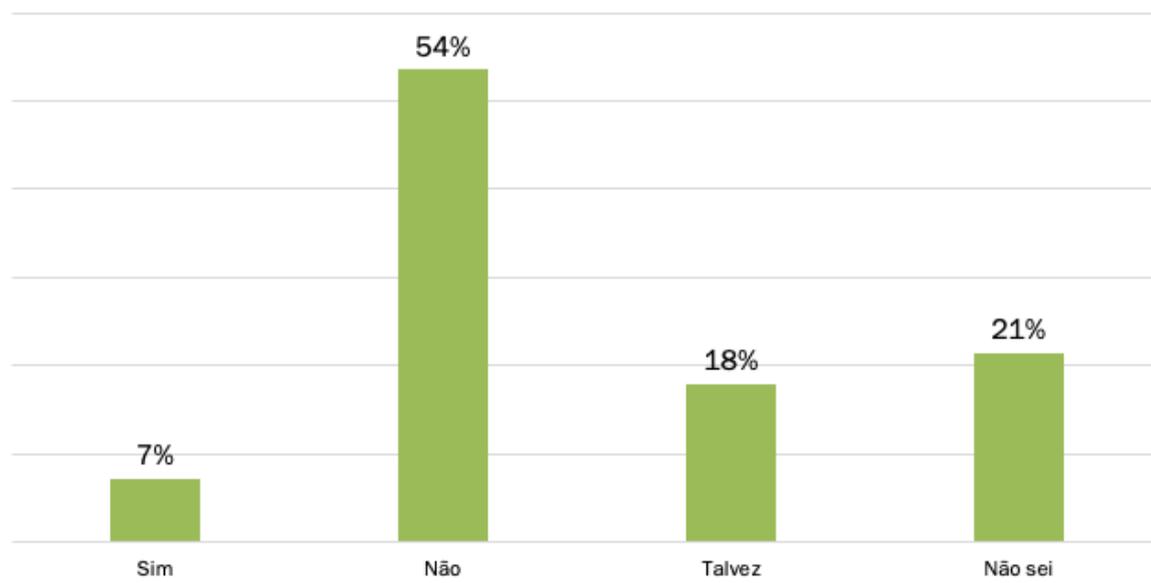


Gráfico 69: Sua entidade pretende realizar evento a bordo no futuro próximo (três anos) ?

Já quanto à eventos em destinos internacionais, 39% já realizaram e tiveram 91% de satisfação entre Excelente e Ótima.

50% das entidades estão considerando neste momento realizar eventos no Exterior e por fim, citamos quais os destinos que estão sendo aventados por elas nas últimas perguntas dessa Pesquisa.

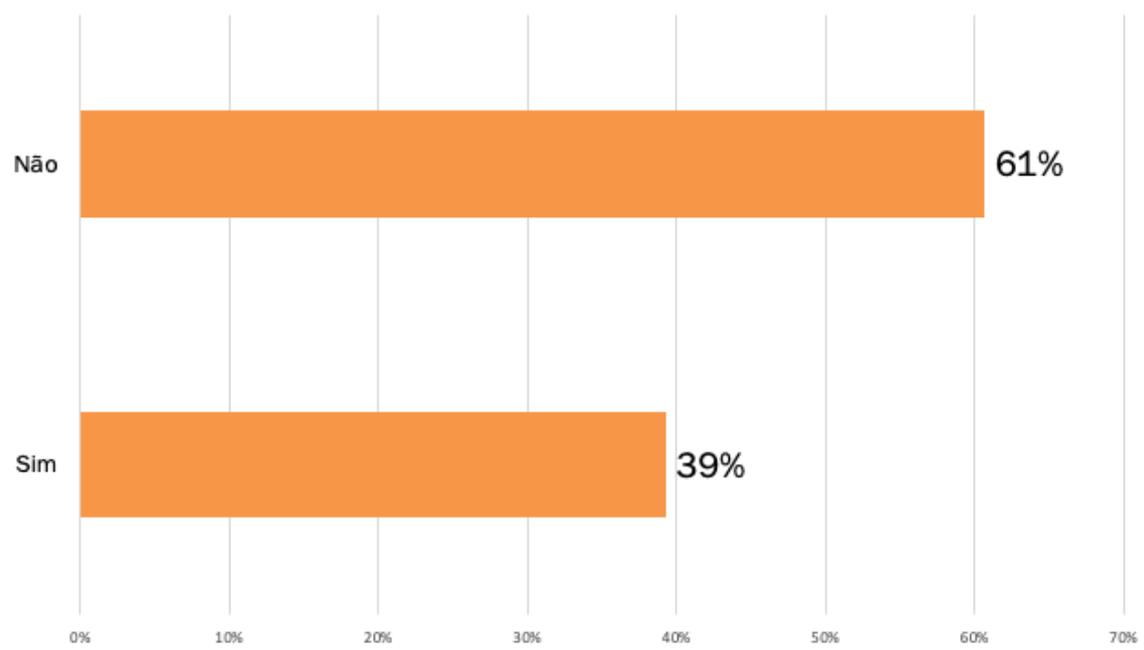


Gráfico 70: Sua entidade já realizou algum evento fora do País ?

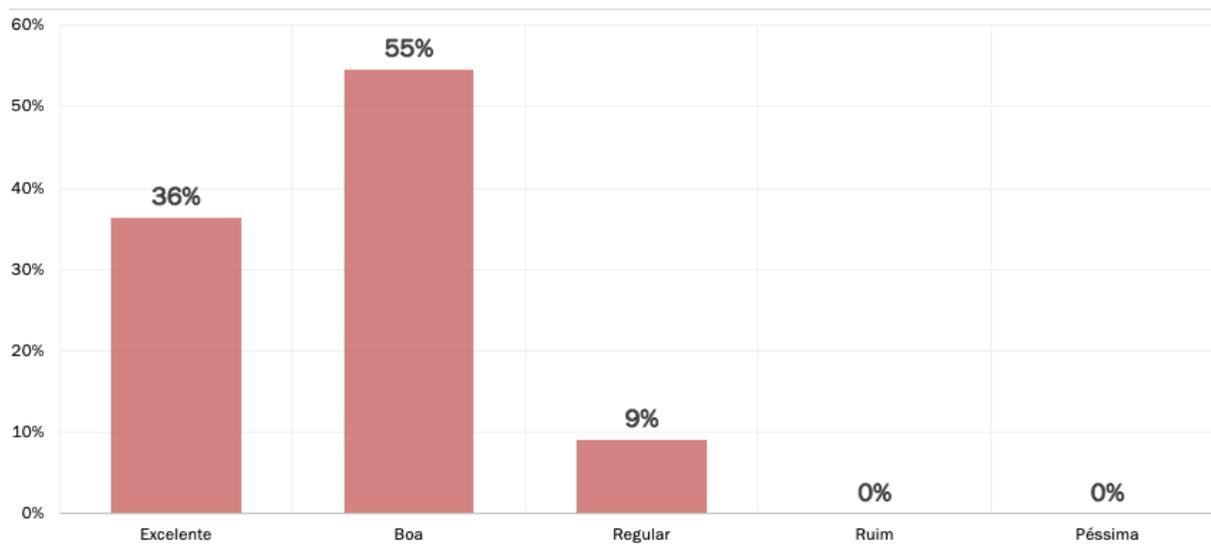


Gráfico 71: O resultado da realização do evento fora do País foi considerada ?

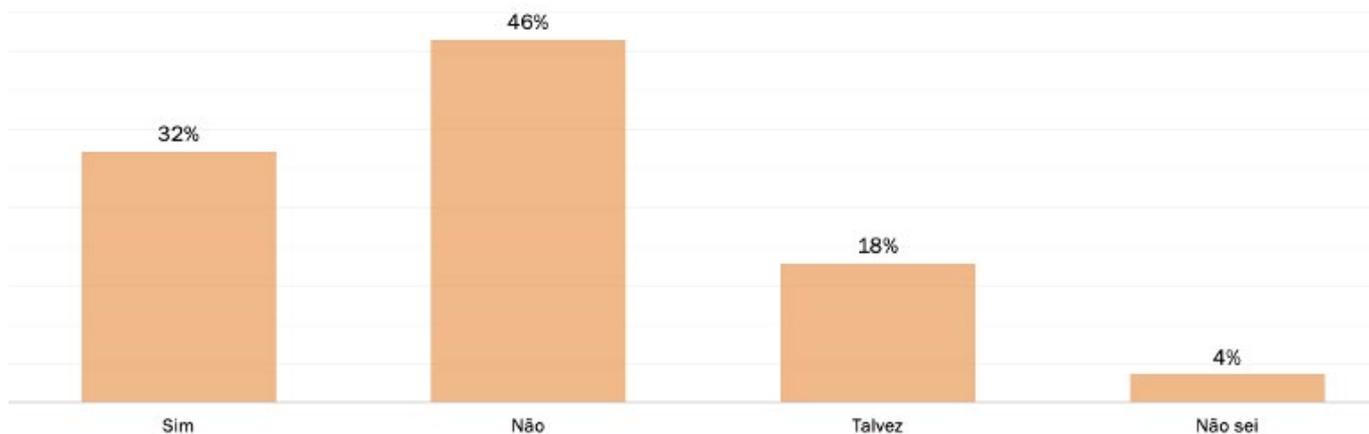


Gráfico 72: Está em estudos a realização de algum evento fora do País ?

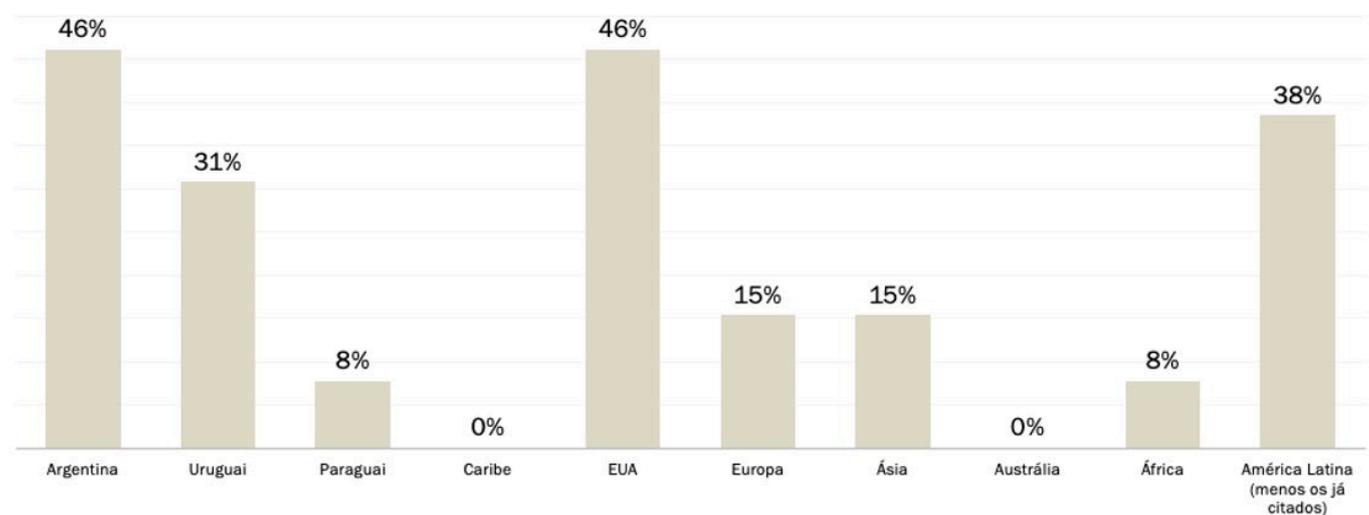


Gráfico 73: Quais destinos internacionais estão sendo considerados para um futuro evento ?
(Se desejar, pode indicar mais de um destino)

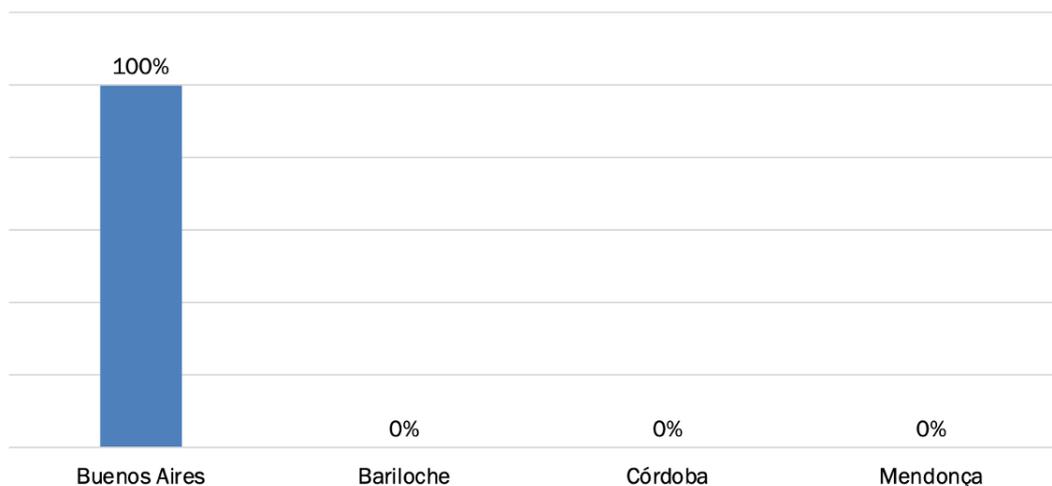


Gráfico 74: SOBRE OS DESTINOS |

Na Argentina, quais cidades estão sendo consideradas ?

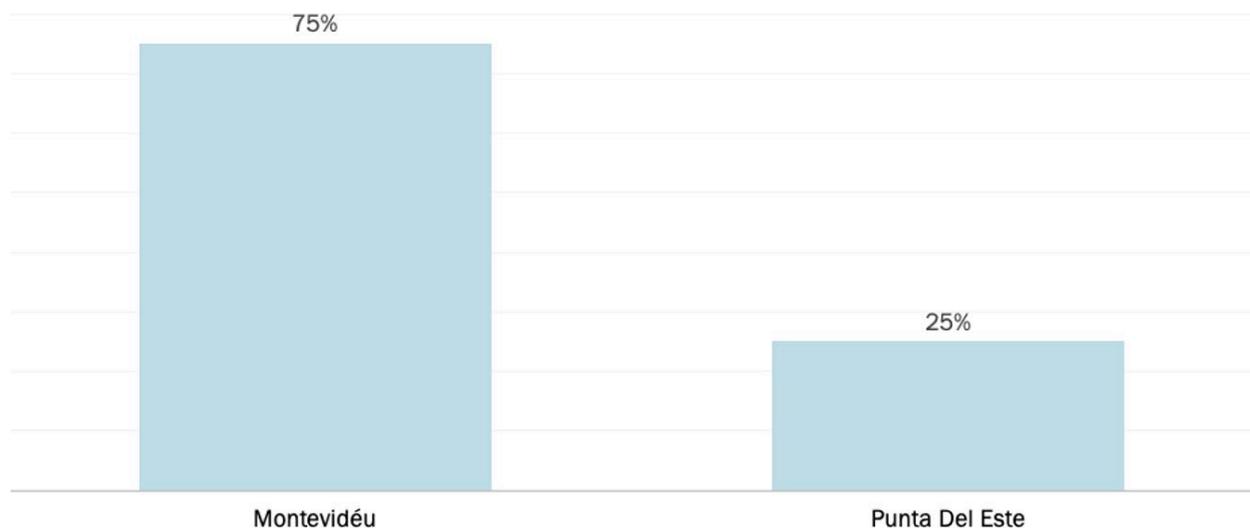


Gráfico 75: SOBRE OS DESTINOS |

No Uruguai, quais cidades estão sendo consideradas ?

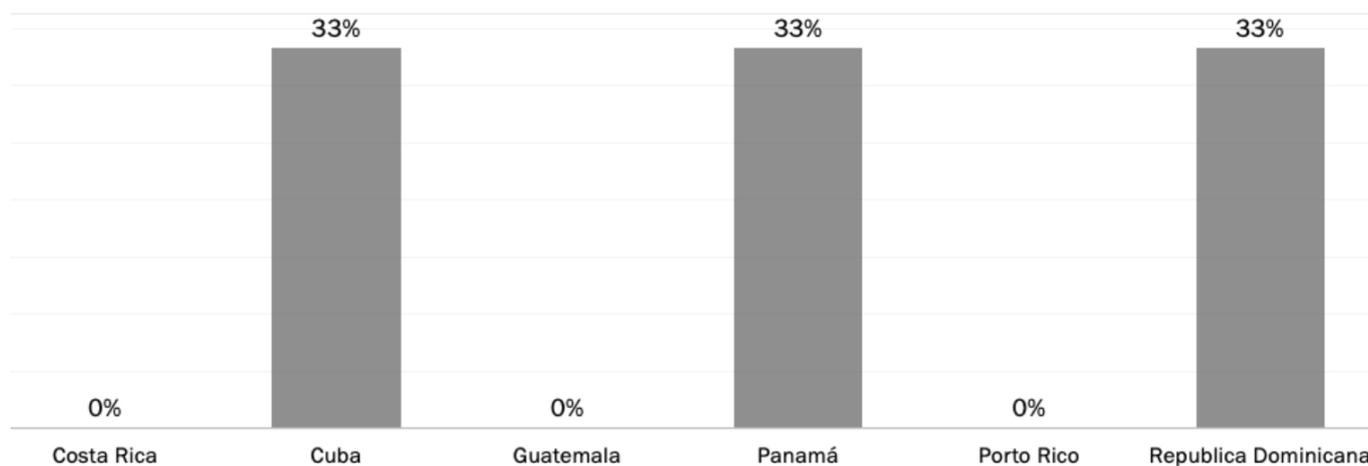


Gráfico 76: SOBRE OS DESTINOS |

No Caribe, quais países estão sendo consideradas ?

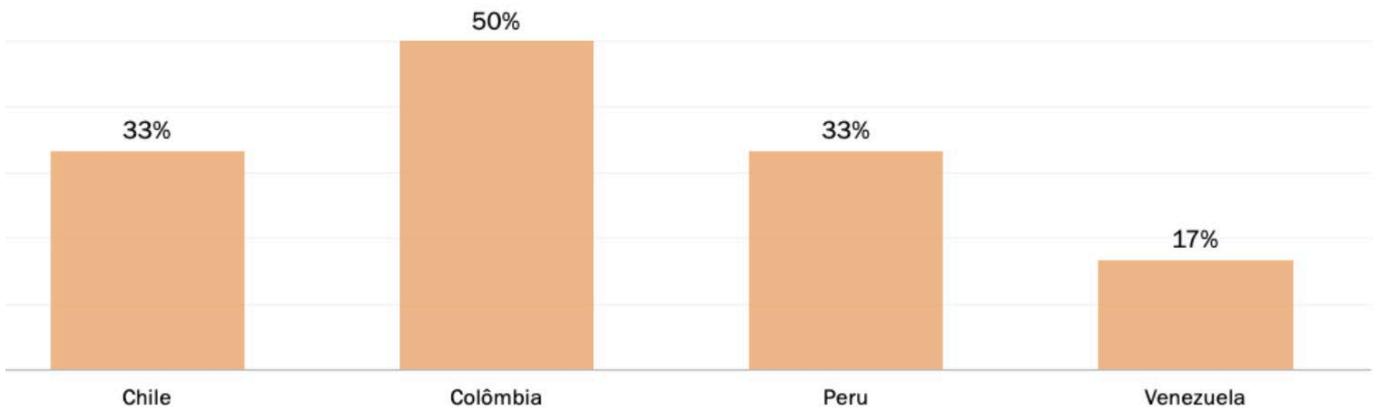


Gráfico 77: SOBRE OS DESTINOS |

Na América Latina (excetuando-se Argentina, Uruguai e Paraguai), quais estão sendo considerados ?

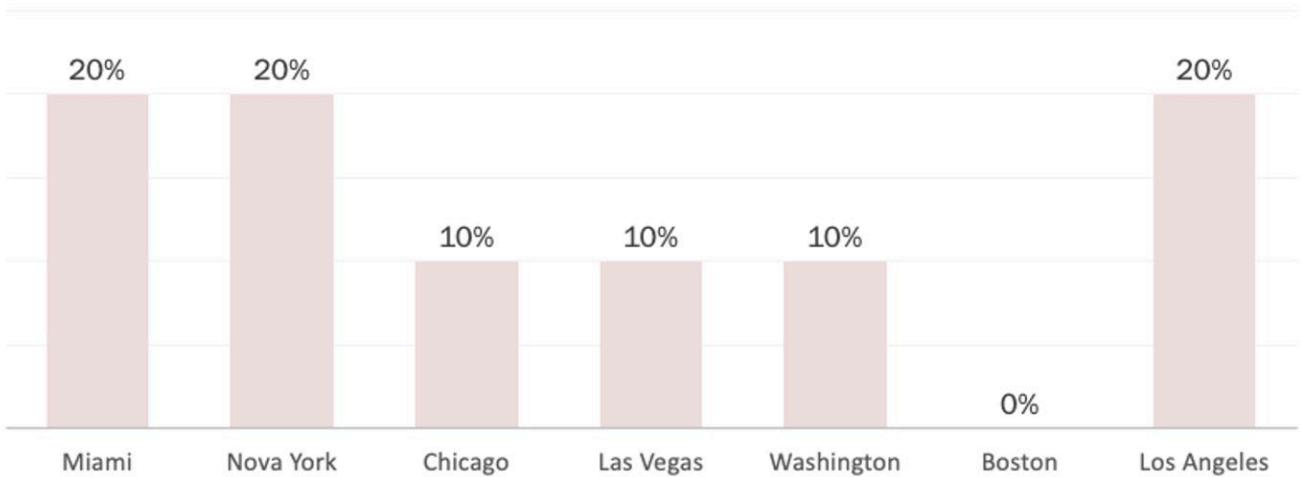


Gráfico 78: SOBRE OS DESTINOS |

Nos EUA, quais cidades estão sendo consideradas ?

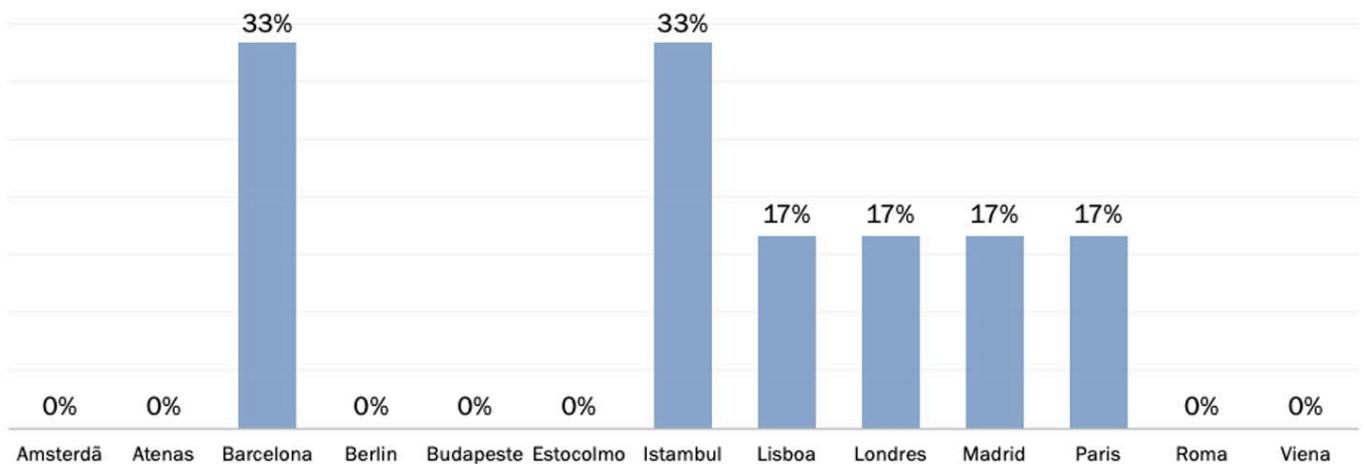


Gráfico 79: SOBRE OS DESTINOS |

Na Europa, quais cidades estão sendo consideradas ?

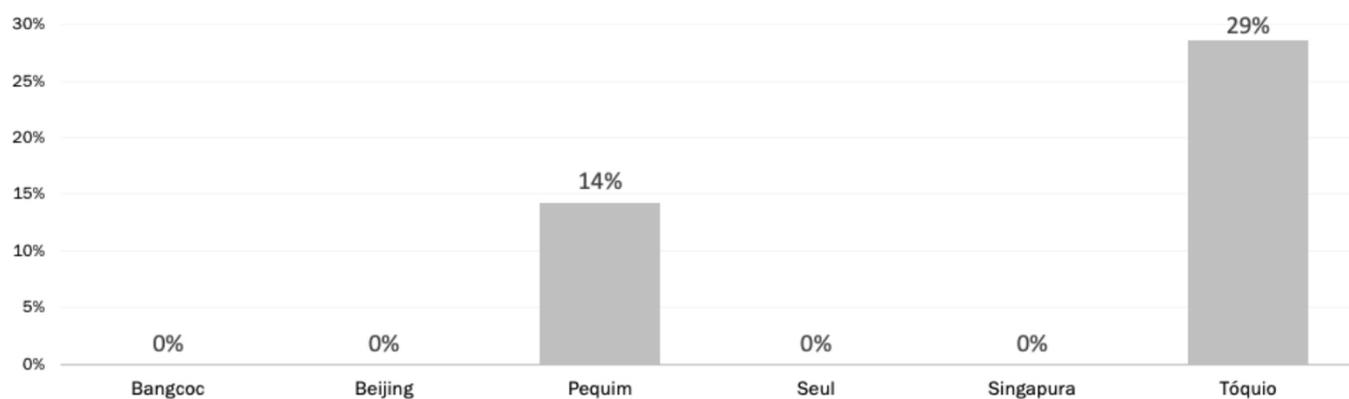


Gráfico 80: SOBRE OS DESTINOS |
Na Ásia, quais cidades estão sendo consideradas ?

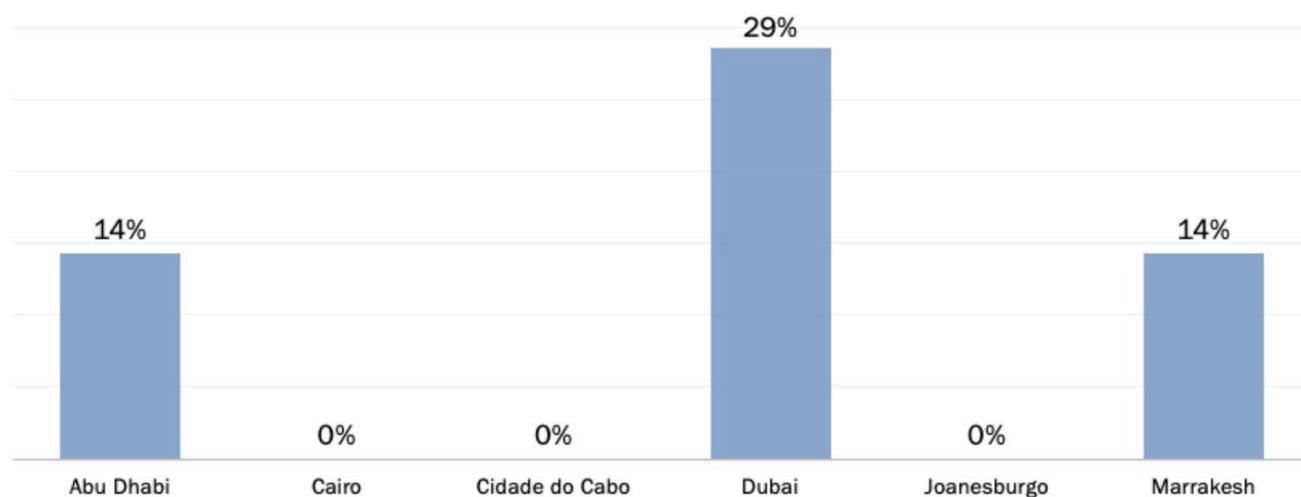


Gráfico 81: SOBRE OS DESTINOS |
Na África, quais cidades estão sendo consideradas ?

PROMOTORES



APOIO



PARCEIROS

